

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**FACTORES DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN  
LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA**

**PADILLA BARRIOS JUAN RICARDO**

**ENSENADA, B.C.**

**JUNIO DEL 2017**

**Constancia de aprobación**



Director de la tesis: \_\_\_\_\_

Dra. María Concepción Ramírez Barón

Aprobado por los integrantes del Sínodo:

1.-



Sinodal (Dra. Blanca Rosa García Rivera)

2.-



Sinodal (M.P. Clementina García Martínez)

## **Agradecimientos**

Agradezco el apoyo brindado al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), quien atinadamente brinda soporte moral y económico a quienes deciden seguir superándose profesionalmente por medio de programas de calidad.

Es importante agradecer a los profesores que participan y aportan significativamente al impulso de la ciencia por medio del programa de la maestría en administración, al igual que a mi directora de tesis, Dra. María Concepción Ramírez Barón, por su contribución directa al desarrollo de mi trabajo terminal. Extiendo el agradecimiento al coordinador del programa, Dr. Ramón Galván Sánchez por el apoyo y soporte brindado a lo largo del posgrado.

Por último, agradezco a cada una de mis compañeros del programa quienes durante este tiempo de trabajo arduo nos apoyamos para la consecución de los objetivos profesionales trazados. Gracias infinitas a la Universidad Autónoma de Baja California por existir y contribuir en la formación profesional de estudiantes con deseos de contribuir a la mejora de la sociedad que conformamos.

## **Resumen**

La investigación tiene por objetivo analizar los factores determinantes de las intenciones emprendedoras en los estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Para ello se definieron las variables de la intención emprendedora: rasgos personales, factores contextuales, formación profesional, y actitud para emprender respecto al sexo, edad y motivación por parte de la institución. El presente estudio obedece a una metodología cuantitativa de alcance descriptivo, se aplicó un cuestionario de 15 *items*, predominando la utilización de la escala de Likert. En el presente se obtuvo que los alumnos encuestados consideran que los rasgos personales que posee un emprendedor son importantes, los factores contextuales, así como la formación profesional son decisivos en las intenciones de emprender, y se evidencia que el incremento de la motivación para emprender por parte de la institución incrementa también la intención personal a emprender.

### **Palabras clave**

Emprendimiento, estudiantes, administración de empresas.

## **Abstract**

The aim of the study is to analyze the determinant factors that lead the students of the Faculty of Management and Social Sciences of the Autonomous University of Baja California (UABC). To do this, we have defined the variables in entrepreneurial intention: personal traits, contextual factors, professional formation and the relation between intention of entrepreneurship and genre, age, and institutional motivation. This study follows a quantitative methodology with a descriptive scope, in which it is applied a questionnaire of 15 questions, predominantly using the Likert scale, to the population of the first semester of the bachelor's degree in business administration. The study found that the students interviewed consider that the personal traits that an

entrepreneur possesses are important, the contextual factors, as well as the professional formation are decisive in the intentions of entrepreneurship, and it is evidenced that if increase the institutional motivation of entrepreneurship too increases the personal intention of entrepreneurship.

**Key words**

Entrepreneurship, students, business administration.

## Tabla de contenido

### Resumen

### Introducción

### Capítulo 1: Marco teórico

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Contexto del emprendimiento.....                          | 7  |
| 1.2 Definiciones del emprendimiento.....                      | 14 |
| 1.3 Emprendimiento y educación .....                          | 16 |
| 1.4 Modelos del emprendimiento .....                          | 23 |
| 1.4.1 Modelo de Moore.....                                    | 23 |
| 1.4.2 Modelo de Gibb.....                                     | 24 |
| 1.4.3 Modelo de Covin y Slevin.....                           | 25 |
| 1.4.4 Modelo de Kantis e Ishida.....                          | 25 |
| 1.5 Tipos de emprendimiento.....                              | 27 |
| 1.6 Factores determinantes en el emprendimiento.....          | 29 |
| 1.7 Cultura del emprendimiento .....                          | 32 |
| 1.7.1 Factores que motivan la cultura del emprendimiento..... | 33 |
| 1.8 Responsabilidad social en el emprendimiento.....          | 35 |
| 1.8.1 Implicaciones éticas en torno al emprendimiento.....    | 36 |
| 1.9 Estudios realizados en materia de emprendimiento.....     | 37 |
| 1.10 Universidad Autónoma de Baja California.....             | 40 |
| 1.10.1 Historia de la universidad.....                        | 40 |
| 1.10.2 Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.....   | 41 |
| 1.10.3 Licenciatura en administración de empresas.....        | 44 |
| 1.10.4 Incubadora de negocios institucional.....              | 45 |

### Capítulo 2: Metodología

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 2.1 Diseño metodológico..... | 47 |
| 2.2 Instrumento.....         | 47 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.3 Análisis de datos..... | 48 |
| 2.4 Confiabilidad.....     | 48 |
| 2.5 Validez.....           | 50 |

### **Capítulo 3: Resultados**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Descripción de resultados.....      | 52 |
| 3.2 Correlaciones no paramétricas.....  | 55 |
| 3.3 Análisis de regresión lineal.....   | 56 |
| 3.4 Análisis de datos cualitativos..... | 59 |

### **Capítulo 4: Discusión de resultados y conclusiones**

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Características asociadas al emprendedor.....        | 61 |
| 4.2 Diferencias entre hombres y mujeres.....             | 62 |
| 4.3 Experiencia emprendedora.....                        | 63 |
| 4.4 Percepción del capital económico para emprender..... | 64 |
| 4.5 Motivación institucional para emprender.....         | 65 |
| 4.6 Limitaciones y recomendaciones del estudio.....      | 66 |

### **Anexos**

### **Referencias**

## Lista de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1.1 Aproximaciones a la definición de emprendedor.....   | 9  |
| Tabla 1.2 Estudios internacionales en el contexto de la intención emprendedora en el ámbito universitario..... | 32 |
| Tabla 2.1 Indicadores.....   | 44 |
| Tabla 2.2 Descripción de las variables.....  | 45 |
| Tabla 2.3 Pruebas de confiabilidad del instrumento.....  | 47 |
| Tabla 2.4 Distribución atípica.....  | 48 |
| Tabla 3.1 Rasgos personales en el emprendimiento.....  | 49 |
| Tabla 3.2 Factores contextuales.....   | 50 |
| Tabla 3.3 Formación profesional.....   | 51 |
| Tabla 3.4 Percepción del capital para iniciar un negocio.....  | 52 |
| Tabla 3.5 Correlaciones no paramétricas.....   | 52 |
| Tabla 3.6 Resumen del modelo de regresión lineal.....  | 55 |
| Tabla 3.7 Coeficientes beta.....   | 55 |
| Tabla 3.8 Emprendimiento frente al trabajo asalariado.....   | 56 |
| Tabla 3.9 Emprendedores.....   | 57 |
| Tabla 3.10 Emprendimientos.....  | 57 |



## Lista de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Modelo de Moore.....          | 18 |
| Figura 2. Modelo de Reflexión.....      | 19 |
| Figura 3. Modelo de Covin y Slevin..... | 20 |
| Figura 4. Desarrollo Emprendedor.....   | 21 |
| Figura 5. Regresión Lineal.....         | 54 |

## **Factores determinantes de las intenciones emprendedoras en los estudiantes de administración de empresas**

El emprendimiento es una actividad presente en la vida del ser humano desde épocas primitivas, no se podría precisar cuándo y dónde aparece, pero es seguro que se vincula directamente con la necesidad del ser humano por mejorar sus condiciones de vida.

Sin embargo, muchos son los teóricos que han abordado el tema, siendo Schumpeter uno de los primeros en asociar la innovación al fenómeno del emprendimiento (Freire y Teijeiro, 2009, p.2). Los esfuerzos por construir un perfil del emprendedor y relacionarlo con la innovación han sido numerosos a nivel teórico. Estos conceptos se vinculan partiendo de lo expuesto en el Manual de Oslo donde se asevera que la innovación es “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), proceso, método de comercialización o método organizativo, en las practicas internas de una empresa, la organización del lugar de trabajo, o las relaciones exteriores” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2005, p.56). Por lo tanto, la discusión en torno a la aparición de la innovación como un factor determinante en el emprendimiento es un paradigma fundamentado.

La relación del emprendimiento con la innovación se explica gracias a la naturaleza de la actividad emprendedora, ya que favorece el desarrollo económico, impulsa la creación de empresas y desarrollo las existentes. Algunos autores han afirmado que la capacidad emprendedora es vital para el desarrollo económico (Acs, Audretsch, Braunerhjelm y Carlsson, 2005; Cardozo, 2010; Elizundia, 2011). El emprendimiento intensifica la competencia en los mercados, ya que generan nuevas opciones, y con ello permite que las empresas mejoren para seguir compitiendo, y en algunos casos resulta en el declive de empresas ineficientes (Alonso, 2012).

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (en adelante INEGI), actualmente más del 90% de las empresas a nivel mundial son de carácter micro, pequeñas y medianas (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, [INEGI], 2015). En el caso de México la Secretaría de Economía (en adelante, SE) señala que existen más de 4 millones de empresas y afirman que 7 de cada 10 empleos son generados por las pequeñas y medianas empresas, el 72% de los empleos formales y el 52% del Producto Interno Bruto (en adelante PIB). Por su parte, las micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante MIPYMES) determinan el rumbo de la economía regional, ya que comprenden el 99% del total de organizaciones que aportan el 67% del empleo generado de manera local, por encima de las empresas transnacionales que abundan en el mercado como resultado de los tratados internacionales de libre comercio que respalda el país.

Es importante establecer el emprendimiento como uno de los factores económicos principales, ya que dicha actividad busca crear alternativas para generar recursos propios y mejorar la calidad de vida. De acuerdo con el último informe de la Población Económicamente Activa (en adelante PEA), el 22.53% de la población trabaja de manera independiente o por cuenta propia sin contratar empleados, y sólo un 4.42% son patrones y empleadores, en contraparte se obtiene que el 67.03% son trabajadores remunerados o subordinados (INEGI, 2015). Es decir, que la población que prefiere trabajar para alguien más es casi tres veces mayor que los que optan por el autoempleo.

Por otro lado, el total de la PEA, la gente que tiene más de 15 años, es de 52 millones 7 mil 842 personas, es decir, que representan un 59.18 % de la población total. Un total de 49 millones 806 mil 64 personas (95.77%) se encuentran laborando, sin embargo, 2 millones 201 mil 778 personas (4.23%) no cuentan con un empleo formal. Estas cifras representan el nivel más bajo de desocupación, ubicados en el primer trimestre, en los últimos años: 2012 (4.91%), 2013 (4.90%) y 2014 (4.81%). Es importante mencionar que a partir de junio del 2014 afectó un cambio en

particular, dado que se elevó la edad legal mínima para trabajar de 14 a 15 años (INEGI, 2015).

Sin embargo, no se deja de lado la idea de emprender por considerarse determinante para el crecimiento económico de un país. En el contexto universitario, los diversos estudios sobre emprendimiento se han enfocado principalmente en las competencias emprendedoras de estudiantes de licenciatura o niveles superiores de diversas áreas (Rodríguez-Romero y Prieto, 2009; Correa, Delgado y Conde, 2011; Martínez, 2008). Es de carácter prioritario que las instituciones de educación superior centren sus esfuerzos educativos en identificar los factores determinantes en el desarrollo emprendedor de sus estudiantes para incorporar/fortalecer las competencias emprendedoras en sus programas.

Los factores contextuales que influyen en el desarrollo emprendedor son la familia, el entorno, antecedentes familiares en el emprendimiento, la edad, por mencionar solo algunos; sin embargo, la formación profesional recibida es un factor clave específicamente en contextos donde las oportunidades de empleo son escasas y esta actividad representa la entrada al mercado laboral acompañado de una valorización sobre el autoempleo, la realización personal y profesional, la independencia personal y el reto que representa la actividad.

Existen variedad de estudios centrados en las causas que desembocan en un emprendimiento. Otros estudios se han centrado en explicar como ocurre el fenómeno emprendedor y cuáles son los elementos involucrados en el proceso, pero el número es reducido en los estudios que centran su interés en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Las variables de las cuales depende el desarrollo emprendedor entre los universitarios representan el objeto de estudio de diversas investigaciones internacionales (Freire y Teijeiro, 2009; Karhunen y Ledyeva, 2010; Alonso, 2012).

En América Latina, existe una necesidad de estudiar el tema del emprendimiento en cuanto a las empresas que nacen, prosperan o mueren (ya sea en términos de cantidades o en relación a sus factores de éxito, sus principales problemas y necesidades).

Una relación positiva entre el nivel de formación profesional del emprendedor y los resultados económicos de un emprendimiento se encuentran en el trabajo realizado por Veciana (como se cita en Martínez y Corral, s.f., p.17), quién afirma que la formación profesional contribuye al éxito, con la evidencia empírica para sustentarlo, “mientras la tasa de fracasos de nuevas empresas creadas por personas con poca formación suelen llegar hasta el 80 por ciento, en muestras que comprenden sólo graduados universitarios, se queda muy por debajo del 20 por ciento.”

El fomento del espíritu emprendedor promueve el autoempleo como una alternativa de carrera al tiempo que proporciona a los alumnos habilidades y conocimientos requeridos para la creación de empresas. Pero.... ¿Es la formación profesional impartida por nuestro sistema educativo la necesaria para generar una influencia en los alumnos?

Audretsch y Thurik (2004) señalan que el surgimiento de nuevas empresas genera crecimiento económico debido a que es un vehículo para la innovación y el cambio y, por lo tanto, facilita los procesos de difusión de conocimientos. Asimismo, el flujo de creación de firmas en nuevos sectores de la economía y el de salida desde las industrias en declive es un proceso que genera mejoras en la productividad y facilita la modernización de la estructura empresarial, dando lugar a incrementos en los volúmenes de producción (p.7).

Gran parte de la literatura determina que existen distintos tipos de emprendimientos: aquellos motivados en la “visión de oportunidad” y aquellos motivados en la “necesidad de supervivencia”, siendo solo los primeros los que

contribuyen al crecimiento económico de la región (aportando generación de empleo, valor agregado e innovación).

Es por ello que el siguiente estudio se planteó como objetivo analizar los factores determinantes de las intenciones de emprender en los estudiantes universitarios de la licenciatura en administración de empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (en adelante FCAyS), Campus Ensenada, en la Universidad Autónoma de Baja California (en adelante UABC).

Los objetivos específicos del estudio se centran en:

-Identificar los rasgos personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento.

-Identificar los factores contextuales asociados a la intención emprendedora.

-Identificar la influencia de la formación profesional en las intenciones de emprender un negocio.

-Analizar la relación de la actitud para emprender respecto al sexo, la edad y la motivación de la institución.

De acuerdo con lo anterior, se identificaron las variables para analizar los factores de la intención emprendedora en los alumnos: rasgos personales (creatividad, innovación, liderazgo, motivación), los factores contextuales (antecedentes familiares en emprendimiento, experiencia emprendedora, conocimiento sobre emprendimiento), la formación profesional (cursos, talleres, conferencias, *workshops*, clases magistrales), actitud para emprender (deseo de emprender por encima de obtener un empleo). Por lo anterior, es imprescindible identificar los rasgos personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento, identificar los factores contextuales asociados a la intención emprendedora, identificar la influencia

de la formación profesional en las intenciones de emprender y analizar la relación de la actitud para emprender respecto al sexo, edad y motivación de la institución.

Las preguntas pertinentes son ¿Cuáles son los rasgos personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento? ¿Qué factores contextuales se asocian directamente con la intención de emprender? ¿De qué manera la formación profesional en emprendimiento influye en la decisión de emprender? ¿Cómo se relacionan la actitud para emprender respecto al sexo, la edad y la motivación de la institución?

El presente estudio obedece a una metodología cuantitativa de alcance descriptivo no experimental, ya que se centra en analizar estadísticamente datos particulares de una población específica de estudiantes.

Es de suma importancia abonar a la construcción de un marco de referencia para fortalecer el desarrollo de una cultura del emprendimiento encaminada a incentivar la autodeterminación, autonomía y propensión a los riesgos, que en suma permita desarrollar ideas innovadoras para ampliar la oferta en el mercado laboral.

## Capítulo 1. Marco teórico

### 1.1 Contexto del emprendimiento

De acuerdo con el séptimo Informe Anual sobre el Emprendimiento Global de Amway (en adelante AGER), que mide el pulso público del autoempleo en todo el mundo. El estudio de 2016 señala que el 77% de los encuestados tiene una actitud positiva hacia el emprendimiento, mientras que solo 23% poseen un potencial emprendedor, es decir, que pueden imaginarse iniciando un negocio (Amway Global Entrepreneurship Report [AGER], 2016, p. 4).

El AGER arrojó que la razón primordial para iniciar un negocio radica en la independencia de un empleador y la oportunidad de ser su propio jefe con un 50% de las respuestas globales. Otras razones son la auto-realización y posibilidad de realizar sus propias ideas (47%), segunda perspectiva de ingresos (37%), por citas algunas. En lo que respecta a la visión del autoempleo en cinco años los resultados fueron: es más probable que sea trabajador por cuenta propia en una jornada completa o tiempo parcial (39%), es probable que sea trabajador por cuenta propia en tiempo completo o medio tiempo (30%) y es menos probable ser trabajador por cuenta propia en jornada completa o parcial (22%).

A nivel mundial los países desarrollados y los denominados en vías de desarrollo perciben en el emprendimiento una fuerte alternativa para combatir la incertidumbre laboral. Buscan desarrollar e incentivar programas de apoyo a emprendedores, especialmente en los jóvenes.

De acuerdo con Rodríguez (2014) el emprendimiento se ha vuelto una megatendencia en los último 10 años, ya que ésta representa “las actitudes, creencias, valores y acciones que durante cierto tiempo impactan la vida social, política, económica y cultural de los seres humanos de tal forma que, al final de dicho periodo (usualmente largo) terminan por modificarla sustancialmente” (p.3). En este



sentido se constata que el emprendedor es un ser que evoluciona, no se puede afirmar que los emprendedores actuales son iguales a los de otras generaciones, con el tiempo también cambian las ideas y supersticiones en torno al emprendimiento.

La mayoría de los nuevos emprendimientos a nivel mundial, no se inician a raíz de un descubrimiento tecnológico, no poseen un plan de negocios diseñado ni estructurado (muchos autores incluso cuestionan la necesidad de un plan de negocios para un emprendimiento), no despegan tras un análisis detallado del mercado, en la mayoría de los casos se fondean de préstamos personales y las ya famosas 3 “F’s” (Family, Friends and Fools, en Inglés), además de que, según las estadísticas, en el 40% de los casos los emprendedores carecen de experiencia en el área en la que planean emprender (Rodríguez, 2014, p. 8).

En el contexto Latinoamérica se ha encontrado que existe una tendencia en aumento respecto al porcentaje de nuevos emprendedores entre 18 y 64 años de edad, Sparano (2014) “señala a Ecuador con un (16,7%) y una tendencia alcista desde 2009 (6,3%); Chile con un (14,7%) y una tendencia de crecimiento desde el 2006 (5,7%) hasta la fecha. De la misma forma se encuentran México y Brasil con tendencia alcista desde el 2011” (p.98).

En Latinoamérica existe una población con alto potencial en emprendimiento, y van en aumento, sin embargo, estos emprendedores se ven severamente detenidos para hacer crecer sus empresas por falta de capital o de mano de obra de calidad:

América Latina tiene un problema de productividad, esto es, el capital humano y físico de las economías no está siendo utilizado para maximizar la producción de bienes y servicios. Este problema se refleja en una multiplicidad de fenómenos: empresarios con buenas ideas que

no consiguen capital para desarrollar nuevos productos; empresas ya establecidas que quieren expandir su producción pero que no encuentran la mano de obra con las capacidades requeridas; trabajadores por cuenta propia con negocios muy pequeños cuyos ingresos son menores de lo que conseguirían en un empleo asalariado formal pero que, a pesar de ello, no cambian su actividad por ausencia de oportunidades de empleo; microempresarios que sí tienen la voluntad y capacidad de expandir sus negocios, pero la falta de capacitación y contactos en el mundo empresarial les impide avanzar (Reporte de Economía y Desarrollo [RED], 2013, p.55).

El año 2008 acarreó una fuerte crisis económica, por lo que en surgieron los estragos de la misma, de acuerdo con un artículo publicado en CNN Expansión Los Mejores Negocios para Emprender (2009), citando a Silva Herzorg (en Romo, Quevedo y Herrera, 2013, p.220), menciona que “en México habría tres millones de desempleados al término del 2009, representando una tasa cercana al 40% del desempleo global, según cifras del Instituto Mexicano de la Juventud. Esto representa un problema para quienes salen de las Instituciones de Educación Superior, con una mentalidad de encontrar un trabajo en una empresa de prestigio, además de que, otras estadísticas señalan que al 2015, alrededor de 20 millones de jóvenes se incorporaron a la PEA”.

En México existen 121, 486, 582 desempleados de acuerdo con datos del cuarto trimestre del 2015 reflejados en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (en adelante ENOE), de los cuales 953, 269 se encuentran desempleados contando con educación de nivel medio y superior (INEGI, 2015).

En concordancia con la ENOE, la población mayormente afectada por el desempleo es la de 25 a 44 años con 1,043,596 desempleados, siguiendo los de 15 a 24 años representados por 792,298 desempleados (INEGI, 2015). En relación a estos datos se podría asegurar que entre más estudios y menor edad se tenga,

mayor será la probabilidad de exponerse al desempleo. Por lo tanto, es considerable pensar en el emprendimiento como una manera idónea de atacar el problema de falta de empleo, promoviendo el autoempleo.

El problema del desempleo se ataca promoviendo el emprendimiento específicamente desde el sector educativo, ya que la cultura emprendedora debe instaurarse en los alumnos con ideas y ganas de alcanzar el éxito, ya que al formar emprendedores se contribuye a la formación de los próximos empleadores.

Es necesario abordar el tema del emprendimiento desde el pensamiento estratégico para fundamentar las acciones a considerar para impulsar el desarrollo del mismo. El propósito de este pensamiento es ayudarlo a explotar los muchos desafíos futuros, tanto previsibles como imprevisibles, más que prepararlo para un probable mañana único. El pensamiento estratégico es importante debido a que busca objetivar el rumbo de los ideales a seguir con base en los objetivos establecidos, es decir, parte de una visión a largo plazo.

Actualmente existen diversas herramientas de apoyo a la promoción del emprendimiento en el país, debido a que se busca que este contribuya a la creación de fuentes alternas de empleo a las existentes. En primer lugar, se cuenta con el Instituto Nacional del Emprendedor (en adelante INADEM), una extensión de la SE quien destina el Fondo Nacional del Emprendedor.

Dicho fondo tiene como objetivo principal “incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fomento a la productividad e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en sectores estratégicos, que impulse el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva” (Instituto Nacional del Emprendedor [INADEM], 2016).

Otro tema importante en cuanto al emprendimiento se refiere, es el tema relacionado a las figuras donde se puede acceder a créditos o préstamos para financiar un negocio. Un financiamiento puede darse desde el inicio partiendo de la idea de un emprendedor o bien, puede darse en una empresa que necesite en un determinado momento salir de un apuro económico.

Según García (2012) existen por lo menos 15 fuentes de financiamiento capaces de proporcionar apoyo financiero en forma de crédito simple para el arranque o etapa inicial de un negocio en México:

- 1) Capital semilla. Proporciona apoyo financiero temporal en forma de crédito simple para el arranque y etapa inicial de un negocio.
- 2) Venture capital o capital de riesgo. Son fondos que proporcionan capital de crecimiento a empresas que están comenzando y que operan en mercados de alto crecimiento.
- 3) Private equity o capital privado. Son fondos que pueden hacer aportaciones superiores a US\$5 millones.
- 4) Crowdfunding. Se trata de un sistema de financiamiento colectivo por Internet. Consiste en conseguir a muchos pequeños inversionistas para que, todos juntos, provean grandes presupuestos en pequeñas dosis.
- 5) Banca comercial. Otorga créditos de entre \$10,000 y hasta \$10 millones, dependiendo de las necesidades de cada empresa y su capacidad de pago.
- 6) Sociedades financieras de objeto múltiple (sofomes). Son intermediarios financieros no bancarios. Proporcionan servicios de arrendamiento puro, financiero (con opción a compra del bien que se renta) y crédito.
- 7) Arrendamiento puro. A través de un contrato se establece el uso o goce temporal de un bien, pero al final del plazo no existe la posibilidad de compra y se debe regresar el bien a la arrendadora para que lo venda.

8) Arrendamiento financiero. Por medio de un contrato, una persona física o moral tiene la posibilidad de usar o gozar temporalmente de un bien por un plazo determinado. Al término del acuerdo, se puede comprar (por el valor residual del bien). Para ello, se establece el pago de una renta, que cubre el valor original, más la carga financiera y los gastos adicionales.

9) Factoraje. Bajo este esquema, una empresa puede vender una factura a una empresa de factoraje, a cambio de que ésta se haga cargo del cobro y de sólo una parte del valor total del documento. También se deduce del importe de la factura el valor de la comisión, el interés y otros gastos.

10) Crédito simple. Son financiamientos a mediano y largo plazo que tienen un fin específico, es decir, que al solicitarlo ya debes tener claro para lo que lo vas a ocupar.

11) Crédito en cuenta corriente. Es utilizado como un financiamiento para capital de trabajo o para necesidades transitorias de tesorería.

12) Crédito de habilitación o avío. Puede utilizarse para cubrir el total de los gastos de operación de una empresa, en forma simple o revolvente, es decir, para cobertura de un solo proyecto o de varios al mismo tiempo, en forma permanente.

13) Crédito refaccionario. Enfocado a la adquisición de maquinaria, inmuebles o a la reparación de instalaciones relacionadas con la empresa.

14) Fondo PYME. Se trata de un programa del Gobierno Federal que busca promover el desarrollo nacional a través del impulso a las pequeñas y medianas empresas y emprendedores. Lo hace a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad del sector. Los recursos son canalizados a través de organismos intermedios.

15) Financiamiento a las pequeñas y medianas empresas (en adelante PYMES) exportadoras. Dirigido a los pequeños negocios exportadores a fin de que mejoren su competitividad en los mercados externos.

Además de las formas mencionadas, existen otras formas de obtener financiamiento, sin embargo, las anteriores serían las más socorridas por los emprendedores. No existe una única vía de lograr el objetivo, sino que todo dependerá de las necesidades que presente cada situación.

Antes de elegir cualquier alternativa es necesario conocer el abanico de oportunidades presentadas, de acuerdo con Barajas (2013) “el punto medular es saber cuál es el costo de cada alternativa, o de la mezcla de varias fuentes de financiamiento y compararla contra el rendimiento que se obtendrá del nuevo proyecto”.

La elección de cada alternativa para financiarse, llevará implícita la decisión conservadora o arriesgada de quienes administran los recursos financieros de la empresa, pero independientemente de cual sea su postura ante la gestión financiera, la regla básica será que el rendimiento del proyecto sea mayor a su costo de financiamiento, lo que se traducirá en agregar valor a la empresa y por ende beneficios a todos los que la integran (Barajas, 2013, p.2)

Es necesario aclarar que las fuentes de financiamiento son necesarias e indispensables, ya que no basta con sólo tener una buena idea y esperar a que se concrete, por el contrario, es necesario tomar una buena decisión en lo que al financiamiento respecta porque de eso dependerá el futuro del negocio, si se toma una mala decisión desde el inicio y no se ejecuta adecuadamente el proyecto lo más probable es que termine fracasando.

Por su cuenta el Instituto PYME afirma que “las micro, pequeñas y medianas empresas consideran que la falta de acceso al crédito es uno de los obstáculos más

importantes para desarrollar sus negocios seguido de la inflación, impuestos, tramites, regulaciones, corrupción e inseguridad. Las altas tasas de interés, las exigencias para constituir garantías, y la falta de acceso a los mercados de capital y el financiamiento de largo plazo constituyen los principales problemas identificados por parte de las PYMES este problema afecta especialmente a las pequeñas empresas que son demasiado grandes para las microfinanzas y demasiado pequeñas para los préstamos bancarios - el "medio perdido"(Instituto PYME, 2015, p.1).

De acuerdo con lo anterior se obtiene que existe una escasa confiabilidad en las fuentes de financiamiento descritas con anterioridad, ya que se perciben de una forma negativa en cuanto a los tramites se refieren, así como el exceso de desconfianza en los organismos ya que demandan la presencia de corrupción en estas, y por ende no brindan seguridad a los emprendedores.

“El acceso al crédito es fundamental para el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social. Las micro, pequeñas y medianas empresas son capaces de aprovechar mayores oportunidades empresariales sólo cuando existe la disponibilidad de productos y servicios financieros diseñados de acuerdo a sus necesidades”. Se concuerda con la postura del Instituto PYME, debido a que en la actualidad lo mayoría de programas operando se enfocan en los negocios de manera general, no se piensa en cada uno y se desarrolla un programa capaz de ayudarlos en lo específico.

## **1.2 Definiciones del emprendimiento**

Existe una variedad de conceptos asociados a la actividad de emprender, desde el brindado por Cantillon en 1755 hasta las variadas conceptualizaciones abonadas por las investigaciones de hoy en día (Rivera, 2011). El punto de partida es el término *entrepreneurship*, del cual la traducción legitimada es emprendimiento. Es fundamental ubicar el fenómeno del emprendimiento desde su conceptualización

para hablar de una contribución hacia su desarrollo. Por lo tanto, se ofrece un amplio panorama de las definiciones del término a través de su evolución.

Para entender el concepto de emprendimiento es necesario tomar como punto de partida el verbo del cual proviene. El término emprender proviene del latín *apprenbendere*, del cual se obtiene que esta actividad o acción misma consiste en determinarse a tratar de hacer cosa ardua y difícil, como una acción militar, una conquista, hasta una guerra. Se entiende que emprender no es una tarea sencilla, ya que requiere de conocimientos, disponibilidad, cualidades específicas, y un sinfín de elementos para alcanzar el éxito.

El término del cual proviene la palabra emprendimiento es del *entrepreneurship*, una derivación de la palabra francesa *entrepreneur*, aportada por el economista Richard Cantillon en su obra *Essai Surla nature du commerce en général*. Es importante entender el concepto de emprendedor para vincularlo al emprendimiento. A continuación, se presenta una aproximación a la definición del *entrepreneurship* (ver Tabla1.1).

Tabla 1.1  
*Aproximaciones a la definición de emprendedor*

| Definición   | Autores          |
|--|------------------|
| Comprar y transformar medios de producción. Asumir riesgos. No poseer retorno seguro.  | Cantillon, 1755  |
| Líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y hábil para movilizar recursos. Innovador y agente de cambio.   | Say, 1803        |
| Asocia el entrepreneurship al crecimiento económico. Posee habilidades no comunes.   | Mill, 1848       |
| Dirige, controla y supervisa. Asume riesgos.   |                  |
| El entrepreneurship atrae a los otros factores (tierra, trabajo y capital) los agrupa y coordina. Líderes naturales. Actúan bajo condiciones de incertidumbre. Se pueden aprender y adquirir esas habilidades. | Marshall, 1890   |
| Realizar nuevas combinaciones. Motor que impulsa la innovación y promueve el desarrollo económico. Destrucción creativa.   | Schumpeter, 1934 |
| Enfrentar la incertidumbre. Los riesgos no significan nada si la incertidumbre es asegurada.   | Knight, 1921     |
| Detectar lo que se hace y lo que debería hacerse para utilizar mejor los recursos.   | Mises, 1949      |
| Descubrir lo que otros no han visto.   |                  |



|   |                            |
|---|----------------------------|
| Maximizar oportunidades.  | Mcclelland, 1961           |
| Estar alerta a las oportunidades presentes en el mercado                                      | Kirzner, 1973              |
| Reducir la ineficiencia organizacional  | Leibenstein, 1978          |
| Adueñarse de un nuevo negocio.  | Brockhaus, 1980            |
| Innovar. No todos los que tienen un negocio y corren riesgos son emprendedores o innovadores. | Drucker, 1985              |
| Tomar riesgos y ser individualista.   | Begley y Boyd, 1987        |
| Aprovechar y explotar oportunidades.  | Shane y Venkataraman, 2000 |
| Cognición, descubrimiento y búsqueda de nuevos mercados.                                      | Álvarez y Busenitz, 2001   |
| Realizar trabajos creativos (productos o servicios).  | Mitchell, 2002             |
| Intersección de individuos, oportunidades y modos de organización.                            | Busenitz et al., 2003      |

Nota: Recuperado de Cuadernos Unimetanos. Copyright 2011 por la revista en línea DIALNET.

Para efectos de la investigación el concepto más acertado por su aproximación con la literatura revisada y la aceptación que goza, será el brindado por el Consejo Nacional de Competitividad, inmerso en el Índice Global de Emprendimiento 2017, donde establece que un emprendimiento “es la interacción dinámica entre las actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras por parte de los individuos, que impulsa la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas” (p. 1).

### 1.3 Emprendimiento y educación

El tema del emprendimiento es discutido entre las academias de investigación públicas y privadas, y en algunas organizaciones civiles, con el mismo empeño que el Gobierno apoya estas iniciativas desde las últimas décadas con mayor fuerza. Los primeros estudios acerca del tema surgieron en el campo de la administración, por su relación directa con la empresa, para contribuir a la reactivación del emprendimiento empresarial característico de la necesidad de superación y mejoramiento de la condición humana (Orrego, 2009).

Diversos investigadores afirman que los estudios en el campo del emprendimiento han permitido ubicarlo en diferentes escenarios, reconociendo la importancia que implica relacionar el tema con otras áreas del conocimiento (Orrego,

2009). Debido a que el emprendimiento empresarial no es limitado a un sólo campo de estudio, no se puede restar interés a los teóricos de diversas disciplinas que abordan el tema desde sus líneas de investigación, sin embargo, no se aprecian conexiones directas entre los numerosos estudios y hallazgos recabados.

Las variables estudiadas son numerosas debido a que la actividad del emprendimiento, forzosamente requiere de un emprendedor quien es la persona que ejecuta la acción. Este emprendedor a su vez es afectado por sí mismo y por su entorno. Dependerá de sus competencias, entre otros factores, llevar a cabo esta actividad, pero los “otros” juegan un papel fundamental, ya que el factor social es determinante para transformar una idea en un negocio.

El acto de emprender se da cuando las creencias del emprendedor acerca de su comportamiento personal –actitudes–, del grado de aprobación o desaprobación de la iniciativa en su contexto particular –normal social– y de la facilidad o dificultad percibida en su entorno –control comportamental– se configuran de tal manera que lo comprometen con su objetivo y lo llevan, de la mera intención, a asumir un comportamiento específico que le permita alcanzar sus metas (Rodríguez y Prieto, 2009, p.76).

El emprendedor representa un adjetivo calificativo el cual se agrega a una persona que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas, de acuerdo con la Real Academia Española. “Los emprendedores de éxito son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. A menudo, esta transformación requiere talentos especiales, como la capacidad de innovar, introducir nuevos productos y explorar otros mercados” (Lederman et al., 2014, p.1).

A menudo suelen confundirse los términos de emprendedor y empresario, sin embargo, es necesario hacer una separación entre los conceptos. Ambos términos aluden a una persona vinculada a la creación de una empresa, pero realmente lo

que distingue al emprendedor del empresario es su capacidad de innovación constante (Correa et al., 2011).

Definitivamente los emprendedores juegan un papel determinante en el desarrollo de las sociedades, ya que gracias a la innovación de su parte se facilitan las actividades de lo cotidiano ¿Cómo ser comportaría la economía sin los aportes de invención de la electricidad, el avión o el automóvil? Indudablemente se tendrían resultados diferentes a los actuales. Estas innovaciones que en su tiempo fueron radicales, por ser lo desconocido o lo inexplicable, acarrearón bienestar a la sociedad del futuro (Chanlat, 2002).

Al interior de los trabajos realizados por investigadores del tema del emprendimiento, se puede encontrar que concuerdan en cuanto a la premisa del papel que juega el emprendedor dentro de la economía, ya que estos emprendedores exitosos son una solución al problema del desempleo, por lo tanto, los gobiernos de diferentes países, México no es la excepción, le apuestan al fomento del espíritu emprendedor con el propósito fundamental de reducir el índice de pobreza y aumentar la productividad nacional.

Un emprendedor necesita más que buenas ideas en un ambiente competitivo y cambiante inmerso en la globalización. Se necesita apoyo desde la creación hasta la obtención de capital para iniciar el proyecto. Debido a que el emprendimiento no es una actividad exclusiva de los administradores, estos últimos además de emprender sus negocios, también abonan a la causa con sus conocimientos a través de su participación en las incubadoras de empresas que prestan sus servicios al emprendedor.

Las incubadoras de empresas son una estrategia gubernamental para potenciar el desarrollo económico nacional y regional, se brinda apoyo económico a las universidades para que a su vez acompañen a los emprendedores en la creación de

una nueva empresa brindándole atención y conocimientos en el área para ser competentes en el Mercado.

Sin embargo, se puede adelantar que los esfuerzos colectivos son variados y apuntan a direcciones similares, pero hasta la fecha no han sido suficientes para lograr un cambio significativo en el terreno del emprendimiento, aun así, se podría afirmar que las intenciones han sido recibidas con empeño por los que han aprovechado las oportunidades a través de estas iniciativas de apoyos académicos, gubernamentales y económicos para emprender un negocio.

Al relacionar los conceptos de emprendimiento y educación resulta pertinente establecer el concepto “emprendimiento”. En el idioma español, entrepreneurship se ha traducido como espíritu empresarial, emprendimiento, emprendedurismo o emprendimiento. De acuerdo con Montoya (2004), el economista Joseph Schumpeter sustenta, en su propuesta de Desarrollo económico, “dos conceptos que han tenido un enorme impacto en los desarrollos posteriores de este tema: la innovación como causa del Desarrollo y el empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación” (p. 209).

Para la Real Academia Española (2001), emprendedor significa alguien que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas. Toca (2010) lo define como aquel que “asume riesgos, persigue algún beneficio; innova, identifica y crea oportunidades; establece y coordina nuevas combinaciones de recursos; y concibe nuevas formas de hacer las cosas”.

Para efectos de este trabajo, se acepta el concepto que maneja el Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami en Ohio, como “el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”.

En el contexto universitario, para Varela (2005), la responsabilidad de la universidad moderna, es la de ser un impulsor directo de los procesos de creación de empleos y de la prosperidad regional y nacional, debe incidir en la transformación de una sociedad de empleados a una de empresarios. Afirma que, anteriormente, las universidades estaban enfocadas en la formación de buenos funcionarios, que se incorporaran al sector productivo como empleados, que les garantizara un status y una forma de vida decorosa y a las empresas, un personal gerencial competente.

En la revista de CNN Expansión (2009), se menciona que desde 2008, la crisis mundial ha enfrentado al egresado universitario en una feroz competencia para colocarse en el mercado laboral. Por otra parte, ni la iniciativa privada ni el Gobierno están preparados para ocupar esa población, razón por las que las Instituciones de Educación Superior (en adelante IES), deberían de propiciar un entorno hacia una cultura emprendedora, a través de la formación empresarial con cursos básicos y con el acercamiento con otras IES, grupos civiles, gobierno y diversas empresas, que los puedan apoyar para lograr ese objetivo.

Moreno (2008) señala que, ante este reto, las IES reconocen que no es una acción aislada, éstas necesitan del binomio universidad y educandos. Jóvenes emprendedores, dotados de herramientas para la comprensión de los problemas y la búsqueda creativa de su solución.

Espíritu, González y Alcaraz (2012), señalan que el emprendimiento es uno de los temas trascendentales para las universidades públicas y en general en todos los niveles educativos del país. Cabellos (2006) menciona que es necesario que surjan opciones innovadoras entre las cuales se encuentra el emprendimiento y como su actor principal, el emprendedor apto para producir nuevas fuentes de empleo.

Arreola, J. y Cardini, A. (2014) afirman que las universidades son muy importantes para el ecosistema emprendedor mexicano, por lo que deben vincularse mejor, trabajar en conjunto, atraer capital de riesgo y mejorar sus incubadoras, sólo

así contribuirán a que México sea una potencia en emprendimiento. El progreso demanda priorizar la generación de empresas ágiles y disruptivas; creadoras de la innovación que acelere el bienestar económico y social. Para ello, el Gobierno Mexicano creó el INADEM y en este esquema, el papel de las universidades es esencial.

De acuerdo con el Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico, México es el segundo mejor país de Latinoamérica para emprender, sólo por debajo de Chile. Por un lado, sus principales fortalezas son las políticas y regulaciones, las condiciones de la demanda y el capital social. Por otro lado, las principales debilidades son la cultura emprendedora, el capital humano emprendedor y la plataforma de ciencia y tecnología para la innovación (Kantis, Federico e Ibarra, 2015). Estas debilidades deben ser atacadas desde la universidad.

Las IES desarrollaron programas de incubadoras, sin embargo, aunque a la fecha existen un gran número de ellas, entre sus problemas se encuentran que los directivos, consultores y mentores carecen de experiencia empresarial, no tienen criterios claros de operación, no comparten el riesgo con emprendedores, y no mantienen vínculos relevantes con empresarios (Gallegos, Grandet, y Ramírez, 2014).

En el Estado de Baja California, existen una diversidad de organismos, dependencias e instituciones educativas que buscan implementar programas de apoyo al desarrollo y fortalecimiento del emprendimiento. Una de esas instituciones educativas involucradas, es la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), que en su Modelo Educativo señala: Con la puesta en práctica del modelo educativo se fomenta el liderazgo y una actitud emprendedora, crítica, creativa e innovadora; se valora el esfuerzo y se fortalecen la equidad, la pluralidad, la libertad y el respeto.

Su actual Rector, Dr. Juan Manuel Ocegueda Hernández, en su Proyecto de Plan de Trabajo para la Administración 2015-2019 hace hincapié:

Ante la ausencia de estudios serios que permitan ubicar con certeza la situación laboral de nuestros egresados, la información presentada sugiere que por lo menos un porcentaje que podría ser alto, enfrenta problemas para insertarse exitosamente en el mercado ocupacional. Los factores causales podrían incluir, entre otros, la incapacidad de la economía para generar empleo profesional suficiente; una falta de pertinencia con respecto al tipo de carreras en donde se está creciendo; una formación profesional deficiente o no acorde con las exigencias de los empleadores como resultado de la desvinculación universitaria del sector productivo y un desaprovechamiento de los potenciales de emprendimiento de nuestros estudiantes (2014, p.7).

En los diversos municipios se realizan anualmente la Ferias de Emprendedores. Este evento tiene como objetivo brindar un espacio para que los representantes de los organismos académicos, empresariales y gubernamentales muestren los programas y servicios que ofrecen con la finalidad de fortalecer la industria del emprendimiento. Este evento se realiza en diferentes facultades y campus de la UABC.

Otra de las acciones implementadas por parte de la UABC, es la firma de un Convenio General y un Convenio Específico de Colaboración con la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). En este evento el Rector declaró: “Estamos convencidos que la vinculación con el sector gubernamental, social y productivo es de suma importancia para poder fortalecer la empleabilidad y promover el emprendedurismo; porque en la Universidad no se deben de formar únicamente demandantes de empleo sino gente con la capacidad y formación para convertirse en empleador y generar empleos” (2015).

La UABC cuenta con la incubadora de negocios Cimarrones Emprendedores, programa de apoyo a los emprendedores locales, en 2016 recibió por parte de la SE, a través del INADEM, el documento que le reconoce como una incubadora de negocios certificada por esta instancia.

En acciones relevantes de la UABC en materia de emprendimiento se citan las realizadas en 2017: en una primaria de Mexicali se realizó el evento Mi Primera Empresa para sumergir a la niñez de manera práctica en el emprendimiento empresarial; en Tijuana se llevó a cabo la 9na. Feria Emprendedores Cimarrones un concurso de ideas, proyectos y empresas donde los ganadores reciben reconocimientos y son apoyado para incubación, gestión de fondos y financiamiento; y en Ensenada se realizó la segunda emisión de la Expo Emprendedores Innovateen-UABC en coordinación con el Comité de Vinculación Escuela Empresa (Covee) donde se premió a los estudiantes tras lograr resultados satisfactorios en la muestra de sus proyectos de emprendimiento.

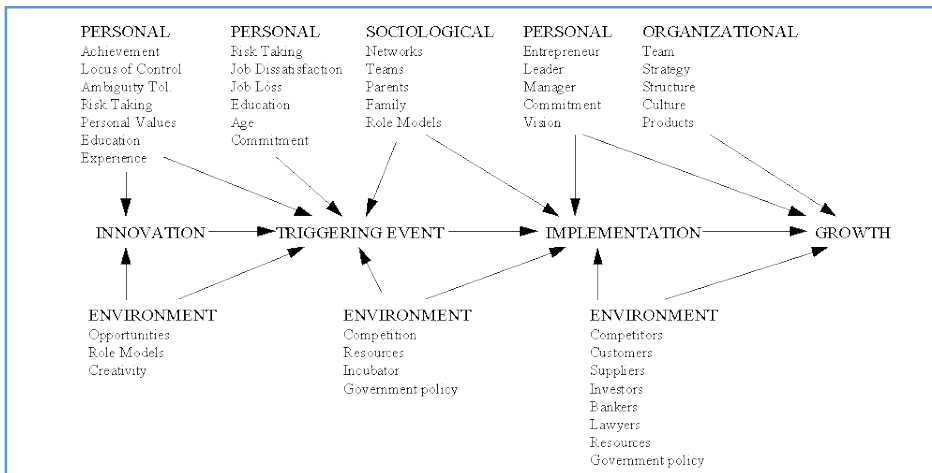
#### **1.4 Modelos del emprendimiento**

Existen múltiples formas de representar el emprendimiento, tomando como eje central al emprendedor y de éste los elementos que lo permean. Diversos teóricos del campo del emprendimiento han diseñado representaciones gráficas de los elementos que conforman el proceso de emprendimiento, así como los factores que determinan en el individuo su capacidad para emprender.

##### **1.4.1 Modelo de Moore**

El modelo propuesto por Moore (1986) es un punto de partida para definir los elementos que componen al emprendimiento. En este modelo se destacan la innovación, la serie de eventos que desencadenan de éste, la implementación y el crecimiento. Dentro de la innovación se destacan el sitio de control, los valores, la educación y la experiencia personal del emprendedor. En cuanto al ambiente de la innovación se identifican los modelos a seguir, la creatividad y las oportunidades. En cuanto a la implementación las cualidades que destacan, a nivel personal, son la de liderazgo, compromiso, visionario y emprendedor (ver Figura 1).



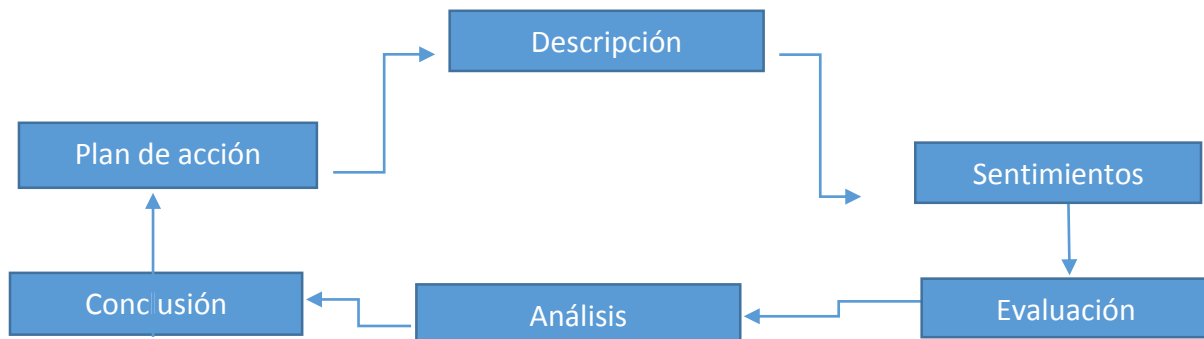


**Figura 1. Modelo de Moore.**

Fuente: Toward a not-for-profit analytical framework. Copyright 1997 por Bygrave et al., Babson College.

### 1.4.2 Modelo de Gibb

Un modelo colocado en un sitio importante dentro de los estudios del emprendimiento es el propuesto por Gibb (1988), en su investigación identifica y analiza las etapas por las que cruza un emprendedor en su afán por emprender algún negocio. Actualmente este modelo es uno de los más aceptados a nivel internacional. Según Gibb (1988) las etapas que se aprecian durante el proceso del emprendimiento son: adquisición de la motivación, idea del negocio, validación de la idea, negociación y entrada al mercado, identificación de los recursos necesarios, definición de la escala de operación, nacimiento de la empresa y la supervivencia (ver figura 2).



**Figura 2. Modelo de Reflexión**

Fuente: Stimulating new business development (what else besides EDP?). Copyright 1988 por Gibb.

### 1.4.3 Modelo de Covin y Slevin

Infinidad de factores se ponen en juego a la hora de emprender, ya que los resultados de la actividad dependen de distintas variables: variables externas, estratégicas, internas. Siguiendo a Covin y Slevin (1991), afirman que los resultados de la empresa dependen de los elementos que componen a estas variables. Apuntando a la teoría de sistemas de Bertalanffy, la postura emprendedora es un sistema abierto necesariamente interrelacionado e interdependiente de los componentes conforman un todo y a su vez generan propiedades emergentes, para mayor claridad de lo expuesto (ver Figura 3).



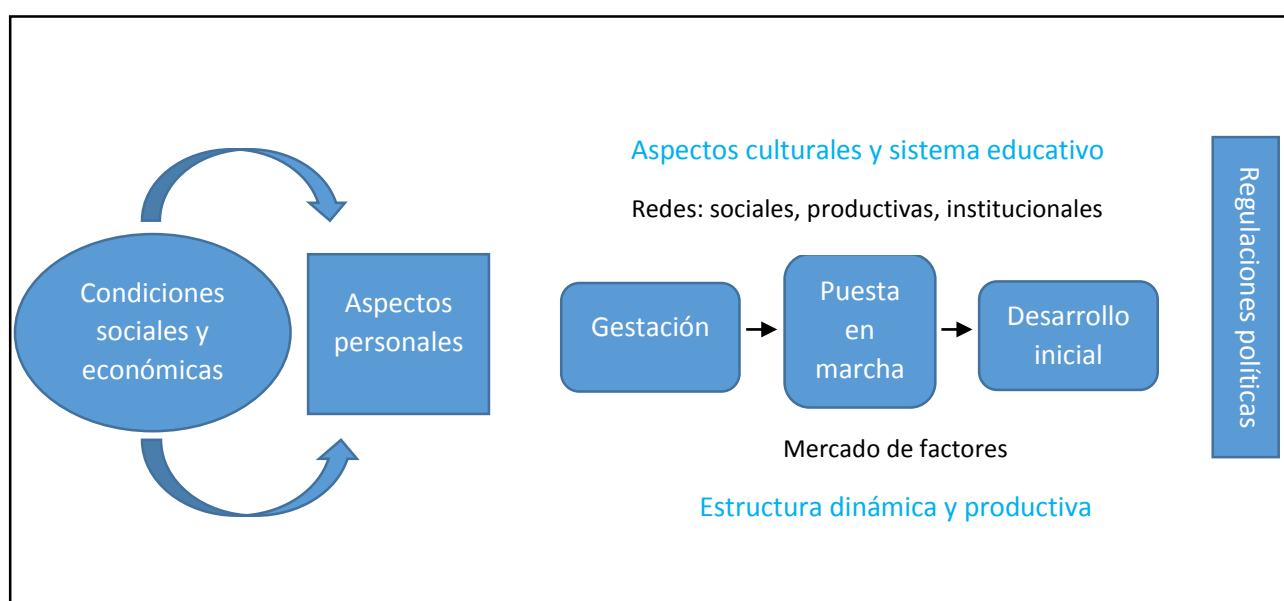
Figura 3. Modelo de Covin y Slevin

Fuente: A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Copyright por Covin y Slevin, Baylor University.

### 1.4.4 Modelo de Kantis e Ishida

Un modelo reciente lo ofrecen Kantis e Ishida, quienes destacan factores que de alguna manera no se habían considerado en modelos anteriores. Las condiciones

sociales y económicas permean todas las actividades del ser humano, por lo tanto, es de suponerse que juegan un papel fundamental en la actividad de emprender, sin restarle importancia a los factores personales que son decisivos esta labor. La actividad del emprendimiento la clasifica en tres pasos: gestación puesta en marcha y el desarrollo inicial, que a su vez toma en cuenta los aspectos culturales y educativos, las relaciones interpersonales, el mercado y la estructura organizacional a considerar en esta actividad. Para un mayor entendimiento del modelo (ver Figura 4).



**Figura 4. Desarrollo Emprendedor.**

Fuente: Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. Copyright 2002 por Kantis e Ishida.

De acuerdo con los modelos presentados, se puede inferir que la actividad emprendedora ha sido estudiada décadas, ubicando los pasos y los factores que intervienen en la misma. Es importante aclarar que no existe un camino único para emprender, y que los factores influyentes en el proceso pueden afectar de diversas formas a cada emprendedor, por lo tanto, los modelos presentados sirven como base para identificar, a manera de aproximaciones, dicha actividad.

## 1.5 Tipos de emprendimiento

Existen diversas formas de emprender, no existe un único camino o forma de hacerlo, sino que dependerá de las intenciones emprendedoras que tenga el emprendedor, sólo así se podrá precisar qué tipo de emprendimiento es el que encaja mejor en la clasificación existente. Para este tema se presenta una clasificación que intenta concentrar las intenciones emprendedoras. De acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2014, p.p.14-15), existen por lo menos seis tipos de emprendimiento:

**Científico y/o tecnológico:** implica la investigación y apropiación de conocimiento conducente al desarrollo, adaptación o mejoramiento de sistemas, artefactos o procedimientos para satisfacer necesidades, en los diversos ámbitos de la actividad humana y social, ya sea: alimentación, vestido, salud, vivienda, recreación, comunicaciones, transporte, entre otras actividades.

**Ambiental:** el emprendimiento ambiental o verde son las formas de pensar, de sentir y de actuar desde una conciencia ambiental, a través de la generación de iniciativas e ideas que favorezca el desarrollo de la creatividad y la innovación para hacer buen uso de los recursos del medio y generar desarrollo sostenible con una visión sistémica. Corresponde a propuestas de mejoramiento del entorno y el medio ambiente en un enfoque de desarrollo humano sostenible.

**Deportivo:** es entendido como una forma de pensar y actuar centrada en las oportunidades que brinda el contexto para la realización de programas o eventos deportivos, recreativos y/o de actividad física, planteada con una visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Se desarrolla en el campo de las manifestaciones corporales, motrices y sociales, considerando que son innumerables las invenciones de juegos, deportes, olimpiadas o múltiples modalidades de competencia física y expresión motriz, propias de cada cultura en cada sociedad en un momento histórico determinado.

Cultural y/o artístico: procesos educativos intencionalmente orientados a la creación, participación y liderazgo de actividades y proyectos artísticos y culturales a partir del desarrollo de competencias básicas y ciudadanas en los estudiantes, del fomento de sus capacidades creativas e innovadoras y el desarrollo de competencias laborales específicas, cuando así se requiera.

Social: está asociado tanto a la concepción y desarrollo de todo proyecto educativo, como a la proyección social que todo establecimiento debe realizar como compromiso con la comunidad educativa y con la comunidad circundante. Es un concepto inherente a la gestión institucional, caracterizado por un conjunto de propuestas que pretenden responder de manera efectiva a necesidades, problemáticas e intereses de un grupo social, sustentadas en el diagnóstico que toda institución establece como punto de partida de su gestión. Desde este punto de vista se articula directamente con la misión, visión, objetivos, entre otros componentes del horizonte institucional, y desde allí genera un despliegue de acciones y responsabilidades centradas en responder a las necesidades e intereses de la comunidad educativa y su región.

Empresarial: el Emprendimiento Empresarial Escolar (EEE) corresponde a un proceso educativo intencionalmente orientado a la creación, liderazgo y fortalecimiento de actividades, procesos o proyectos pedagógicos, económicamente productivos. Se promueve fundamentalmente en la educación media e implica experiencias de aprendizaje conducentes al desarrollo, la promoción y comercialización de productos o servicios que satisfagan expectativas y necesidades de las personas.

Existen diversos tipos de emprendimiento, a su vez que cada emprendedor tiene múltiples objetivos, personalidad e intenciones de emprender. Lo importante es establecer que el emprendimiento empresarial es el que se trae a colación dentro de este estudio de investigación, por lo que no se profundiza en los otros tipos de emprendimiento.

## 1.6 Factores determinantes en el emprendimiento

De acuerdo con el Informe del Global Entrepreneurship Monitor (en adelante GEM) se destacan los tres componentes esenciales dentro de la actividad emprendedora de cualquier economía:

Los atributos individuales (que reflejan percepciones sobre oportunidades, capacidades de actuar empresarialmente, intenciones empresariales y miedo al fracaso), los valores sociales (que reflejan cómo la sociedad valora el comportamiento empresarial), y los Indicadores del espíritu emprendedor (formas diferentes de la actividad empresarial a lo largo del ciclo vital de una empresa) (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2014, p.27).

Dentro de este estudio de investigación se destacan tres factores determinantes que influyen en la decisión de emprender: rasgos personales, los factores contextuales y la educación formal. A continuación, se procede a explicar que elementos pertenecen a cada uno de los factores.

### Rasgos personales

Se pueden definir como el conjunto de características individuales que posee una persona, de las cuales se determina su manera de actuar. En el estudio se tomarán a consideración la creatividad, la innovación, el liderazgo y la motivación para determinar su relación directa en la actividad emprendedora.

Existen muchos estudios sobre el tema de la personalidad, específicamente en el campo de la psicología, ya que a ésta le compete explorar al ser humano desde su interior. Allport (1975, citado por Cerdá, 1985) explica que la personalidad se refiere a “la integración de todos los rasgos y características del individuo que determinan una forma de comportarse” (p. 438). Por lo que es posible asumir que todas las

formas de comportamiento que manifestamos los humanos son parte esencial de la personalidad única e indivisible.

### Factores contextuales

Para efectos del trabajo, se considerarán como factores contextuales al grupo de características que se encuentran en el entorno de emprendedor, como son antecedentes familiares en emprendimiento, es decir, existen familiares cercanos que hayan emprendido algún negocio. La experiencia emprendedora, es importante establecer si han realizado esta actividad en el pasado para relacionarla con la posibilidad de hacerlo nuevamente.

De acuerdo con Kantis, Angelelli y Gatto (2001), encontraron que los emprendedores descansan fundamentalmente en las redes informales (amigos, familiares, otros empresarios). “Este resultado lleva a concluir que las personas con redes sociales más ricas también serán más aptas para desarrollar negocios. La interacción de los emprendedores con sus redes personales les permite ampliar su acceso a la información sobre oportunidades y acceder a una masa de recursos muy superiores a los propios para lanzar su negocio” (p.11).

### Formación profesional

Educación es un término que utilizamos constantemente en el lenguaje popular, pero es importante hacer referencia desde el origen de la palabra. Según Luego (2004), educar significa "conducir fuera de, extraer de dentro hacia fuera, desde esta posición, la educación se entiende como el desarrollo de las potencialidades del sujeto basado en la capacidad que tiene para desarrollarse. Más que la reproducción social, este enfoque plantea la configuración de un sujeto individual y único” (p.32).

Por lo tanto, se establece que la educación inicia desde el hogar en los primeros años de vida, de ahí la formación profesional inicia cuando ingresas a una institución

educativa en la que te integras a una sociedad. Existen diferentes niveles y maneras de educar, pero en todos los casos implica pasar por varios niveles o filtros para ascender, porque de lo contrario estar en un sólo nivel siempre estaría en oposición rotunda al concepto citado.

Uno de los escalones cercanos a la cúspide en materia de educación es el ingreso a la formación profesional universitaria, como la vía de especialización en un área específica del interés del estudiante. Es de esperarse que para tener un título profesional se tengan que cumplir con ciertos requisitos y superar obstáculos que permitan aprender sobre el entorno en el que se piensan desarrollar profesionalmente.

En el estudio esta variable se centra en el conocimiento sobre emprendimiento, es decir, de qué manera el alumno ha desarrollado el conocimiento sobre esta actividad, ya sea a través de cursos, talleres, conferencias. Por último, es importante conocer la percepción de los alumnos en cuanto a las necesidades en emprendimiento que demandan de la universidad.

Uno de los principales obstáculos a los que se enfrenta los alumnos al terminar su carrera profesional, es la poca o nula oferta laboral, ya que la demanda va en aumento y las oportunidades escasean. Debido a la alta competencia en el mundo laboral, los egresados de los programas universitarios han identificado un nicho de oportunidad en la entrada al mercado laboral por medio del emprendimiento. Es por ello que las universidades incorporan estrategias con el objetivo de desarrollar una cultura de emprendimiento encaminada al éxito personal y profesional de los estudiantes universitarios:

La persona joven universitaria es consciente de la falta de oportunidades de trabajo, por ello asisten a la universidad con la intención de obtener un título de licenciatura y trabajar en cualquier campo laboral, considerando los estudios de nivel superior como un



requisito para obtener un empleo temporal que le permita cubrir las necesidades más básicas. La mayoría piensa que estudiar en la universidad es un requisito social, y considera el título universitario como una condición de estatus, pero cuando requieran integrarse a la población económicamente activa de México o de cualquier país en Latinoamérica o el mundo, el título obtenido no será suficiente, puesto que se requiere demostrar competencia profesional con un alto nivel de desempeño; de lo contrario, simplemente no se extenderán los contratos de trabajo, debido a que ningún ente empleador está en condiciones de tolerar riesgos o pérdidas en su empresa. La población universitaria está consciente de la falta de oportunidades de trabajo, por tal motivo, cada vez son más las personas jóvenes que asisten a la universidad con la intención de obtener un título de licenciatura, para trabajar en cualquier campo laboral (Gavotto-Nogales y Castellanos-Pierra, 2015, p.120).

Por lo anterior, es relevante que las agendas de las investigaciones universitarias se centren en el tema del emprendimiento, para que por un lado se formen personas competentes para insertarse en el campo laboral existente, sin olvidar que el estudiante universitario desarrollar sus competencias emprendedoras para fortalecerse en esa actividad.

## **1.7 Cultura del emprendimiento**

El concepto de cultura es discutido desde su inicio en la literatura hasta la actualidad, ya que dentro de este factor se involucran diversos aspectos, áreas, elementos que conciernen al hombre en sus diferentes esferas de acción.

La cultura permea cada parte de nuestra vida cotidiana, y es parte de nuestra identidad, es decir, lo que nos hace ser y, por lo tanto, hacer. De acuerdo con Zaragoza (2010), la cultura:

Es la acción y creación del hombre, como un modo de prolongarse o de trascender de lo individual a lo universal, el hombre tiene el poder, dentro de los límites determinados por el carácter y formas de vida social, de construir una cultura conforme a sus ideales, de prolongar su existencia y duración mediante el uso racional de sus facultades cooperativas (p.156).

En este sentido, al intentar esclarecer el concepto de la cultura del emprendimiento podemos hablar de todas las maneras de fomentar esta actividad para convertirla en un estilo de vida, es decir, abonar a la construcción de un marco de referencia que identifique a los miembros de la sociedad con las intenciones emprendedoras.

El emprendimiento necesita estimularse de forma gradual desde los primeros años de vida, en las diferentes etapas de educación formal que van desde el jardín de niños a la universidad, para que se pueda obtener una experiencia integradora en esta última etapa.

### **1.7.1 Factores que motivan la cultura del emprendimiento**

De acuerdo con Sánchez, García y Mendoza (2015) se afirma que las regiones con mayor capacidad de innovación son las que mayor fomento emprendedor registran. Por lo tanto, se puede establecer que el fomento emprendedor contribuye directamente al desarrollo de una cultura de emprendimiento encaminada a la innovación organizacional (Sánchez, García y Mendoza, 2015).

El Gobierno Federal, por su parte, ha contribuido a la cultura del emprendimiento a través de diversos mecanismos. Por un lado, podemos destacar la participación de la SE en torno a la creación y consolidación del INADEM). Este instituto busca fortalecer el apoyo al emprendimiento, creando y desarrollando empresas de éxito a

través de programas e incubadoras de negocios que apoyan a los emprendedores de cada región.

En lo concierne a los programa del INADEM, se destaca en cuatro direcciones encaminadas a cubrir el fenómeno emprendedor: Dirección General de Programas de Sectores Estratégicos y Desarrollo Regional, tiene por objetivo incrementar la productividad de las Mipymes y la competitividad regional a través de un enfoque de desarrollo de sectores estratégicos por medio de los diversos programas; Dirección General de Programas de Desarrollo Empresarial, su misión generar espacios de interrelación entre emprendedores para propiciar el nacimiento de nuevos negocios; Dirección General de Programas de Emprendedores y Financiamiento y la Dirección General de Programas para MIPYMES, busca potenciar las capacidades de las empresas en las áreas de mercadotecnia y calidad las llevará a la senda del crecimiento.

Además, el país cuenta con el Sistema de Información Empresarial Mexicano (en adelante SIEM), como elemento que fortalece al emprendedor mexicano, debido a que este sistema suministra información oportuna y confiable sobre las características y ubicación de los establecimientos y actividades productivas de comercio, servicios, turismo e industria del ámbito rural en el país, sirviendo está como referencia para la identificación de oportunidades comerciales y de negocios para cualquier individuo nacional y extranjero.

Por lo anterior, el SIEM constituye una fuente de información que le permite planear y diseñar programas efectivos enfocados al establecimiento y operación de empresas. Además, es una referencia para la eliminación de obstáculos al crecimiento del sector productivo.

En la referente a la región de Baja California, se cuenta con algunas incubadora de negocios: MindHub, enfocada a la innovación tecnológica contando con dos reconocimientos nacionales en 2013 y 2014; Incubadora de Negocios de CETYS

Universidad, centrada en atender los diversos proyectos emprendedores ha logrado dos reconocimientos nacionales en 2013 y 2014; PlanCrecer, desde el 2002 ha consolidado a diferentes empresas con éxito en la localidad de Ensenada por lo que obtuvo un reconocimiento nacional en 2013.

Además, en el estado opera el Centro de Atención Empresarial (en adelante CAE), mismo que busca facilitar el camino de desarrollo las micro, pequeñas y medianas empresas y de los emprendedores, así como ofrecer orientación sobre los siguientes temas: gestión de apertura de nuevos negocios de bajo riesgo en 72 o 48 horas, ya que la tramitología desalienta y retrasa la apertura de nuevos negocios; opciones de financiamiento disponibles para negocios nuevos y en marcha, puesto que hay programas de apoyo a las Pymes que no se utilizan por desconocimiento; enlazar a las empresas con programas de capacitación asesoría y asistencia técnica para fortalecer su operación.

Existen diversos mecanismos que ofrecen apoyos a las personas con ideas novedosas que buscan crear negocios de alto impacto social. Lo apoyos se ofertan dentro de las convocatorias que se publican periódicamente a través de sus medios de contacto. Cómo es evidente, participar dentro de una convocatoria implica cumplir requisitos para asegurar la relevancia del proyecto, por lo tanto, si se desea emprender con apoyo externo será necesario invertir tiempo y dedicación a la idea que se desea desarrollar.

## **1.8 Responsabilidad social en el emprendimiento**

La responsabilidad social es fundamental en un tiempo de crisis como el que enfrenta nuestro país en estos momentos. Se necesitan impulsos al desarrollo enfocados en la preocupación de “los otros”, en crear necesidades concretas, no falsa e ilusorias, que contribuyan a la reparación de los daños causados por la humanidad hacia el entorno.

La responsabilidad es la consecuencia de la libertad, si bien, el humano debe ser el creador de sus propios actos, su implicación es hacerse cargo de las consecuencias que ocasionen nuestros actos: ser responsable. Por lo tanto, es urgente establecer la relevancia de un comportamiento ético a nivel social, ya que esto permitirá sentar las bases para un desarrollo adecuado en pro de la superación personal, y por lo tanto, repercutirá en lo social y ambiental.

Al vincular la responsabilidad social con el emprendimiento se obtienen ideas novedosas que prestarán atención y sumo cuidado al respeto por la sociedad en todos sus niveles y dimensiones. Se buscará fortalecer en un plan de negocios que considere mejorar y desarrollar en la medida de lo posible, por lo menos a un sector de la sociedad, por ninguna razón se podría mencionar que un emprendedor es socialmente responsable si busca lo contrario, es decir, afectar negativamente a la sociedad bajo la idea de emprender.

### **1.8.1 Implicaciones éticas en torno al emprendimiento**

La ética se puede entender como la reflexión de lo bueno y lo malo en las acciones del hombre, de acuerdo al conjunto de reglas establecidas por la sociedad en un contexto dado (moral).

La existencia de normas morales afecta íntimamente a la persona humana. Desde pequeño cada individuo capta, por diversos medios o circunstancias, la existencia de estas normas. Las normas morales existen de hecho en el ámbito de cualquier individuo, siempre es afectado por ellas...siempre como una norma o ley que de alguna manera influye, trata de orientar o, incluso, determinar la conducta humana (Gutiérrez, 2003, p.11).

Un emprendimiento amoral, es decir, que vaya en contra de las normas morales establecidas se verá dificultado, pues se necesita la aprobación social para que

exista la demanda; es decir, depende del factor social si un emprendedor fracasa o alcanza el éxito.

La aplicación de una postura ética en la conducta emprendedora fortalecerá dicha actividad, ya que si se le impregna la aplicabilidad de los valores humanos universales reinantes en el entorno a las intenciones emprendedoras dará como resultado un emprendimiento sólido digno de atraer la atención de los interesados.

### **1.9 Estudios realizados en materia del emprendimiento**

El emprendimiento es un fenómeno de múltiples consecuencias, por un lado se obtiene que al emprender un negocio se potencia el desarrollo económico, si el negocio prospera se generan nuevos empleos, si el negocio fracasa se estima que el emprendedor buscará nuevas alternativas. El emprendimiento es un tema en la mira de muchos, se involucran los gobiernos, instituciones educativas, líderes de opinión, los empresarios, y por supuesto los emprendedores, estos últimos reconocidos como las personas que inician su propio negocio solventando gastos y cubriendo las responsabilidades que implica.

El emprendimiento es un tópico estudiado a través de múltiples variables y dimensiones, obteniendo resultados que vislumbran aproximaciones importantes en torno al escenario en el que se desenvuelve el emprendedor. La economía se ha centrado en la importancia del emprendedor como pieza fundamental en el desarrollo económico. La psicología, por su parte, se ha interesado por conocer cómo piensa un emprendedor, y que lo orilla a emprender. La administración abona a los estudios específicamente en la parte de la importancia de crear empresas sistematizadas y organizadas que sean capaces de alcanzar el éxito. Ahora bien, no son las únicas disciplinas interesadas en estudiar el fenómeno, pero de alguna manera son las principales por su relación directa.

A continuación, se describen algunos de los estudios relacionados con el emprendimiento universitario, se detallan las variables estudiadas, el tamaño de la muestra analizada y los resultados arrojados al realizar el estudio. Para mayor detalle sobre lo recabado, (ver tabla 1.2).

Tabla 1.2.

*Estudios internacionales en el contexto de la intención emprendedora en el ámbito universitario*

| <b>Año</b> | <b>Autor</b>                 | <b>VARIABLES</b>   | <b>Muestra</b>                                  | <b>Resultados</b>  |
|------------|------------------------------|--|---|--|
| 2010       | Engle et al.                 | Actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas, control percibido sobre el comportamiento. | 1,748 estudiantes universitarios en doce países | Los resultados obtenidos por el estudio proporcionan evidencia del poder predictivo de la Teoría del Comportamiento Planeado en el estudio del intento emprendedor en cada uno de los países incluidos en el estudio, aunque los factores cognitivos próximos difieren por cada país en cuando al porcentaje de variación explicada por el modelo, a excepción de la norma subjetiva.  |
| 2010       | Díaz-García y Jiménez-Moreno | Actitud, norma subjetiva, auto-eficacia emprendedora y diferencias de género.                  | 148 estudiantes universitarios                  | Los resultados confirmaron relaciones directas y significativas entre los factores próximos a la intención emprendedora, por lo demás no se encontró evidencia suficiente de que el género moderé la relación entre el constructo de norma subjetiva y la intención emprendedora.  |
| 2011       | BarNir et al.                | Auto-eficacia y diferencias de género.   | 393 estudiantes universitarios.                 | Se comprobó que la auto-eficacia predice de forma positiva las intenciones de opción de carrera. Además, en cuanto al género, los resultados no proporcionaron soporte a la noción de que existen distintos efectos de las variables estudiadas en el modelo para hombres y mujeres. Aunque, en cuanto se encontró que la auto-eficacia parece mediar la intención de carrera de una forma más fuerte para las mujeres que para los hombres. |
| 2011       | Liñán et al.                 | Actitud hacia el comportamiento, norma subjetiva, control percibido sobre el comportamiento.   | 549 estudiantes universitarios.                 | Se encontraron relaciones positivas y directas entre las tres variables y la intención emprendedora. Las percepciones de la sociedad en general y el contexto cercano tienen una influencia en los factores motivacionales que determinan la intención emprendedora.   |

|      |                  |   |  |   |
|------|------------------|---|--|---|
| 2011 | Lakovleva et al. | Actitudes, normas subjetivas, control percibido sobre el comportamiento, diferencias entre países en desarrollo y desarrollados.                    | 2,225 estudiantes universitarios en 13 países    | Los resultados soportan en general la configuración de la intención bajo el enfoque de la Teoría del Comportamiento Planeado tanto para países desarrollados como en desarrollo. Modelo teórico y metodología de la investigación.  |
| 2012 | Manolova et al.  | Expectativas emprendedoras, desempeño y resultados obtenidos.   | 442 emprendedores nacientes                      | Sus resultados de indican que las distintas formas de socialización y experiencias de aprendizaje social conforman distintos enfoques a la creación de empresas, y difieren en intenciones de crecimiento entre emprendedores y emprendedoras nacientes.  |
| 2012 | Shinnar et al.   | Barreras hacia el emprendimiento, percepción de falta de apoyo, percepción de miedo al fracaso, percepción de carencia de capacidad.                | 761 estudiantes universitarios en tres países.   | Se encontró evidencia de que la cultura y el género moderan la relación entre la importancia de algunas de las barreras percibidas y las intenciones emprendedoras. En los países incluidos en el estudio, las mujeres perciben la falta de apoyo como una barrera significativamente más importante que los hombres. Específicamente en Estados Unidos se encontró que la percepción de carencia de capacidad tiene un mayor efecto negativo para las mujeres en relación a las intenciones emprendedoras. |
| 2012 | Moriano et al.   | Actitud, norma subjetiva, auto-eficacia emprendedora.   | 1,074 estudiantes universitarios en seis países. | Se comprobó que las relaciones entre la actitud, y la auto-eficacia emprendedora están relacionadas directamente a la intención emprendedora, además de que comparables entre los distintos contextos culturales, excepto en el caso de la norma subjetiva, que es el componente menos fuerte y con mayor variabilidad, siendo incluso no significativo entre los estudiantes universitarios de Irán, España, Alemania.   |
| 2015 | Flores Valerio   | Comportamiento ante el emprendimiento, relación entre el semestre cursado y el espíritu emprendedor, factores que intervienen en el emprendimiento. | 86 estudiantes                                   | Se demuestra que la mayoría de los estudiantes tienen interés en emprender, pero consideran necesaria la formación. Se encontró que el factor económico resulta determinante en las intenciones de emprendimiento de los estudiantes.   |

Fuente: elaboración propia basado en Alonso, P. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España: Un enfoque de género. (p.p 172-175).

Al exponer lo anterior, se destaca la contribución de las universidades a nivel mundial con la participación de sus agentes interesados en el tema del



emprendimiento. Si se suman los hallazgos se obtiene que el número de investigaciones sobre emprendimiento a nivel mundial es alto, lo que no se puede establecer o estimar con precisión es el avance a nivel de desarrollo sobre el tema.

### **1.10 Universidad Autónoma de Baja California**

La UABC es una institución de educación superior con presencia regional en los municipios de Mexicali, Tijuana y Ensenada. Cuenta con múltiples programas de licenciatura y posgrado.

Actualmente la universidad alberga a un total de 61, 581 estudiantes inscritos en programas de licenciatura y posgrados, y distribuidos en los tres municipios. En cuanto a sus distribuciones, el mayor número de estudiantes se concentran de la siguiente manera: Mexicali, Facultad de Ingeniería (4,067); Tijuana, Facultad de Derecho (4,390); Ensenada, Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (4,713).

#### **1.10.1 Historia de la UABC**

La Universidad Autónoma de Baja California inauguró sus funciones desde 1957 con una combinación de carreras consideradas como no tradicionales, como lo eran oceanología y economía, y carreras tradicionales como pedagogía, comercio y administración, cabe resaltar que eran congruentes a las necesidades del entorno (Piñera, 1997). Es importante ubicar que la carrera de administración fue ofertada desde la creación de la institución en la ciudad de Mexicali.

Para contextualizar los ideales de la universidad, es necesario conocer sus premisas básicas desde su génesis, tal como figuran su misión y visión compartidas a la comunidad bajacaliforniana:

Misión

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Institucional 2015-2019, la misión institucional se centra en formar integralmente ciudadanos profesionales, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión global, conscientes de su participación en el desarrollo sustentable global y capaces de transformar su entorno con responsabilidad y compromiso ético; así como promover, generar, aplicar, difundir y transferir el conocimiento para contribuir al desarrollo sustentable, al avance de la ciencia, la tecnología, las humanidades, el arte y la innovación, y al incremento del nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país (UABC, 2015, p.125).

## Visión

La visión institucional se plantea que en 2025, la UABC es ampliamente reconocida por ser una institución socialmente responsable que contribuye, con oportunidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad, a incrementar el nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país, así como por ser una de las cinco mejores instituciones de educación superior en México y de las primeras 50 de Latinoamérica en la formación universitaria, la generación, aplicación innovadora y transferencia del conocimiento, y en la promoción de la ciencia, la cultura y el arte (UABC, 2015, p.129).

### **1.10.2 Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales**

La calidad de los servicios educativos se ha logrado y se manifiesta en sus estudiantes, quienes presentan altos niveles de permanencia y egreso. A ello han contribuido el tutelaje orientado al proyecto académico del estudiante; las experiencias de aprendizaje en el ámbito internacional; el acceso a servicios y equipos para el manejo de información; y el desarrollo tanto de conocimientos, habilidades y actitudes, como de una evidente actitud emprendedora y una temprana inserción laboral, que son muestra de la operación consistente de un modelo

educativo flexible estructurado según etapas de formación, que hace énfasis en el logro de aprendizajes significativos y en el desarrollo de competencias profesionales.

La competitividad académica y la calidad de la investigación sustentada en la consolidación de los cuerpos académicos, generan conocimiento científico con un alto grado de vinculación con las necesidades de los sectores productivo, público y social.

Para apoyar la realización de sus funciones sustantivas, la UABC mantiene vínculos de intercambio y colaboración con diversas instituciones de educación superior, nacionales e internacionales, los cuales han favorecido su capacidad académica.

Las funciones sustantivas se desarrollan con el apoyo de una estructura administrativa descentralizada, que favorece la operación colegiada y flexible; la comunicación oportuna; la movilidad académica y estudiantil; la formulación expedita y pertinente tanto de nuevos programas educativos, como de las modificaciones de los existentes; la interacción nacional e internacional con otras instituciones y con los sectores externos; la simplificación y agilización de los servicios de apoyo a estudiantes y a las propias instancias universitarias; la gestión y aplicación transparente, equitativa y oportuna de recursos; la rendición de cuentas; el mantenimiento y actualización de la infraestructura y equipos; así como un ambiente de colaboración con las organizaciones gremiales, los órganos de gobierno y las entidades universitarias auxiliares.

Por lo anterior, la UABC es reconocida socialmente como líder académico y de opinión, recurso estratégico de la entidad, y es altamente valorada por la calidad en el desempeño profesional de sus egresados, por la pertinencia de la investigación que realiza y que contribuye al desarrollo de la entidad, así como por la cercanía que mantiene con los diversos sectores sociales a través de la prestación de servicios y

acciones de reciprocidad y solidaridad, la difusión cultural y la divulgación científica, que permiten el mejoramiento de la calidad de vida de los bajacalifornianos.

En lo que concierne a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, adscrita a la UABC, tiene su historia a partir de la creación de la Escuela de Administración y contabilidad autorizada el 27 de noviembre de 1982 en sesión extraordinaria del Consejo Universitario.

La que originó la creación de esta escuela fue la demanda, debido al número considerable de alumnos que tenían que viajar diariamente a la ciudad de Tijuana para estudiar la carrera de Contador Público. La escuela inició actividades en el ciclo 1984-2 con un grupo de 60 alumnos de la carrera de Contador Público. En el período 1985-2 inicia la licenciatura en Administración de Empresas con un grupo de 50 alumnos y en el ciclo escolar 1989-1 la licenciatura en Informática con 101 alumnos.

Durante el año de 1999, la Facultad abre el ingreso a la licenciatura en Sociología en la modalidad semiescolarizada. En el periodo 2003-1 la Escuela de Contabilidad y Administración (ECA) se transformó en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales al presentarse y aprobarse el programa de posgrado Maestría en Administración.

Durante el semestre 2003-2 se amplió la oferta educativa hacia las Ciencias Sociales ofreciéndose las carreras: Ciencias de la Educación, Derecho, Psicología y Ciencias de la Comunicación.

El 25 de febrero de 2005 se inauguró de forma oficial la Unidad Universitaria Valle Dorado, y el 28 de marzo del mismo año la Facultad inicia actividades en sus nuevas instalaciones. En el año de 2009, FCAYS celebró 25 años de servir a la comunidad Baja Californiana.

### 1.10.3 Licenciatura en administración de empresas

La licenciatura en administración de empresas se caracteriza por su sólida formación y conocimientos que le permiten desarrollar aptitudes, habilidades y destrezas, toma de decisiones, liderazgo ético y social, amplia visión de las exigencias de un contexto globalizado y cambiante en beneficio de la organización.

El aspirante al ingresar a la Licenciatura en Administración de Empresas debe de poseer conocimientos generales en: matemáticas, contabilidad, estadística, administración, computación y cultura general.

Es importante tener habilidades para organizar, leer y escribir, analizar y sintetizar, trabajar en equipo. Las actitudes prioritarias son el interés por el área administrativa, el compromiso, la honestidad, la independencia, una mentalidad abierta, proactivo con el trabajo en equipo, un espíritu de servicio a sus semejantes, respetuoso del medio ambiente y responsable.

El egresado de la licenciatura será capaz de: a) Implementar un modelo administrativo que se adecue a las necesidades y características de la organización en un entorno globalizado para obtener una mejora continua que eleve los niveles de competitividad, mediante el análisis y aplicación de las técnicas administrativas que permita obtener un beneficio a través del trato responsable del medio ambiente que se refleje en desarrollo sustentable. b) Establecer y aplicar sistemas de administración de recursos humanos para elevar los niveles de competitividad de las organizaciones mediante diagnósticos y aplicación de técnicas acordes a las necesidades organizacionales, con un sentido humanista. c) Analizar e interpretar la información financiera aplicando estrategias adecuadas para facilitar la toma de decisiones que incrementen los niveles de productividad, rentabilidad y competitividad en las organizaciones, con integridad, honestidad y responsabilidad social. d) Analizar y evaluar el mercado para detectar y satisfacer deseos y necesidades de los consumidores a través del estudio de los factores del micro y

macro ambiente teniendo presente los valores de honestidad y responsabilidad social.

#### **1.10.4 Incubadora de negocios institucional**

La UABC cuenta con un órgano interno que funge como incubadora de negocios, Cimarrones Emprendedores, que tiene por objetivo asesorar, capacitar y adiestrar de manera gratuita a micro pequeñas y medianas empresas de nueva creación, ya sean estudiantes de la universidad o personas externas a la Institución, con la finalidad de brindarles las herramientas necesarias para la generación de compañías competitivas.

El centro de ayuda a emprendedores nació en 2009, teniendo como base la metodología de “Empreser”. Su establecimiento derivó de la necesidad de crear una incubadora de negocios dentro de la Universidad. “Cimarrones-Emprendedores” cuenta con oficinas de atención en las unidades universitarias de Mexicali y su Valle; Tijuana, Ensenada y San Quintín. La incubadora también se apoya en el trabajo de los coordinadores de la materia de “Emprendedores” de la Facultad de Ciencias Administrativas, que a través de diversas actividades logran identificar aquellos alumnos con potencial emprendedor y los canalizan a la incubadora para su atención. El equipo está integrado por asesores en los diferentes centros y prestadores de servicio social; estos últimos estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico, quienes apoyan en la elaboración de los logos para las empresas nacientes.

El proceso de incubación dura 10 semanas, tiempo en el cual el asesor orienta al emprendedor en la estructuración de un plan de negocios que contempla la selección del nombre, misión, visión y objetivo; además del diseño y realización de investigaciones de mercado, logo, publicidad y proyecciones financieras. Se brinda también capacitación legal, y si el emprendedor lo desea se le puede vincular con alguna dependencia financiadora.

La universidad pretende no únicamente favorecer el desarrollo integral de sus estudiantes y brindarles más oportunidades de realización personal, sino también contribuir con el desarrollo económico de la región y el país, para así generar una mejor expectativa de calidad de vida. Por lo tanto, se puede afirmar que la institución cuenta con las herramientas para fomentar el emprendimiento en los estudiantes, pero se tendría que realizar un análisis a profundidad para valorar el alcance y el impacto que reúne la incubadora institucional.

## Capítulo 2: Metodología

### 2.1 Diseño metodológico

El estudio se llevó a cabo en la UABC al interior de la FCAyS, específicamente con los alumnos de primer semestre de la licenciatura en administración de empresas. El interés del estudio se centra en la educación en emprendimiento que poseen los estudiantes cuando ingresan a la universidad, con la intención de realizar un estudio posterior con los alumnos que estén por egresar del programa para realizar un análisis comparativo.

El diseño del estudio es de tipo no experimental, no se manipulan las variables, sino que se analiza el fenómeno en su ambiente natural. Se utiliza un método cuantitativo, ya que se busca analizar estadísticamente los datos recogidos de la población estudiada. Es una investigación descriptiva de tipo transaccional porque “se recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único” (Liu, 2008 y Tucker, 2004 en Sampieri, 2014. p.154). Corresponde a un diseño transaccional de tipo exploratorio, “se busca conocer el conjunto de variables en un momento específico” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 155).

### 2.2 Instrumento

El cuestionario se compone de 15 preguntas donde las primeras 7 plantean un cuestionamiento con opción de respuesta a escala de Likert del 1 al 5. El resto de las preguntas son abiertas por los que se considera un análisis cualitativo.

Se busca cumplir los objetivos del estudio dividido en tres variables; rasgos personales, factores contextuales y educación formal. En la siguiente tabla se explicita la anatomía del cuestionario aplicado.



## 2.3 Análisis de datos

Para el análisis de los datos se utilizó el software SPSS. Inicialmente se elaboró un baremo simple para cada una de las variables analizadas. El baremo se construyó a partir de los promedios obtenidos mediante las opciones de respuesta de la escala aplicada.

Tabla 2.1

### *Indicadores*

| Objetivo   | Items                     | Indicadores  |
|--|---------------------------|--|
| Analizar las características personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento. | 1,2,<br>9, 10,<br>12, 13  | Características atribuidas al emprendimiento, percepción del perfil del emprendedor, modelos de emprendedores, empresas vinculadas al emprendimiento, edad para emprender, perspectiva de género frente al emprendimiento.   |
| Analizar los elementos contextuales asociados a la intención emprendedora.                 | 4,6,<br>6.1, 8,<br>11, 14 | Practica/experiencia en el emprendimiento, preferencia por trabajar para una empresa establecida frente a emprender, preferencia por emprender frente a trabajar para una empresa establecida, interés por emprender, percepción del éxito empresarial, percepción del capital para emprender. |
| Analizar la influencia de la formación profesional en las intenciones de emprender.        | 3,5,<br>7, 15             | Nivel de educación formal sobre el emprendimiento, interés sobre las formas más comunes de emprendimiento, preferencia de las acciones de la universidad para estimular el emprendimiento, visión del emprendimiento.  |

Fuente: elaboración propia

## 2.4 Confiabilidad

Para estimar la confiabilidad del instrumento utilizado se aplicaron diversas pruebas estadísticas de acuerdo a la construcción de los ítems que determinaron su confiabilidad.

Los ítems buscan medir las variables independientes en sus respectivas dimensiones (ver tabla 2.2). Con respecto a los rasgos personales lo que se busca medir son el perfil del emprendedor, en cuanto a la percepción del alumno. La innovación respecto de la intención de crear una empresa desde una idea,

investigación o de una empresa existente. La motivación a partir de la intención de trabajar para una empresa constituida o iniciar la propia. La propensión a los riesgos en cuanto a la apreciación del éxito de los negocios que se conocen.

Aunado a lo anterior se buscan medir la incidencia de los factores contextuales en las intenciones de emprender, por un lado, los antecedentes en emprendimiento a través de familiares y/o amigos cercanos que emprendieron su negocio, por otro lado, la experiencia en actividades de emprendimiento realizadas por el estudiante.

Por último, se integra la medición de la educación formal y su relación con las intenciones de emprender. Es importante determinar si es vital el desarrollo en emprendimiento a través de cursos, talleres, conferencias, etc. como uno de los motores que pueden impulsar las intenciones de los estudiantes a emprender.

Tabla 2.2

*Descripción de las variables*

| <b>Variables</b>      | <b>Dimensiones</b>                                  | <b>Indicadores</b>  | <b>Tipo de medición</b> |
|-----------------------|---|---|-------------------------|
| Rasgos personales     | Perfil del emprendedor                              | -Percepción del emprendedor   | Cuestionario            |
|                       | Innovación  | -Crear a partir de una idea   |                         |
|                       |   | -Crear a partir de la investigación   |                         |
|                       | Motivación  | -Crear a partir de una empresa existente<br>-Trabajar por cuenta ajena<br>-Trabajar por cuenta propia   |                         |
| Factores contextuales | Propensión a los riesgos                            | -Percepción del éxito/fracaso de los negocios   |                         |
|                       | Antecedentes familiares en emprendimiento           | -Familiares que emprendieron un negocio<br>-Amigos cercanos que emprendieron un negocio   |                         |
|                       | Experiencia previa en actividades de emprendimiento | -Participación cercana en actividades de emprendimiento   |                         |
| Educación formal      | Desarrollo en emprendimiento                        | -Conocimiento previo adquirido<br>-Participación en cursos, talleres, conferencias.<br>-Interacción con textos (libros, revistas, páginas web)<br>-Temas de interés a desarrollar en su formación profesional |                         |

Fuente: elaboración propia

Mediante el software de SPSS de IBM se sometieron a pruebas de confiabilidad a los resultados de cada ítem. Las pruebas aplicadas a los datos fueron Alpha de Cronbach y el método de mitades partidas (Split-halves) para comprobar la fiabilidad de cada uno de los ítems.

En relación al coeficiente Alpha de Cronbach, Garson (2013) señala que un valor mínimo de 0.60 es aceptable para propósitos exploratorios, y 0.70 para fines confirmatorios, resultando 0.80 como “bueno en un alcance explicativo (en Hernández et al., 2014, p. 295)

De acuerdo con la aplicación de los estadísticos descriptivos se obtuvo que la confiabilidad de la aplicación del instrumento es válida, ya que ninguno de los ítems estuvo por debajo de lo que se considera inaceptable (ver tabla 2.3)

Tabla 2.3  
*Pruebas de confiabilidad de los ítems*

| Variable              | Item | Alpha | Mitades partidas (Split-halves) |                 |
|-----------------------|------|-------|---------------------------------|-----------------|
|                       |      |       | Mitad 1(alpha)                  | Mitad 2 (alpha) |
| Rasgos personales     | 1    | 0.75  | 0.62                            | 0.69            |
|                       | 2    | 0.66  | 0.55                            | 0.63            |
| Factores contextuales | 4    | 0.66  | 0.50                            | 0.60            |
|                       | 6    | 0.72  | 0.69                            | 0.70            |
|                       | 6.1  | 0.79  | 0.63                            | 0.69            |
| Educación formal      | 3    | 0.76  | 0.64                            | 0.63            |
|                       | 5    | 0.70  | 0.82                            | 1.0             |
|                       | 7    | 0.85  | 0.77                            | 0.82            |

Fuente: elaboración propia

## 2.5 Validez

Para medir la validez de constructo de la escala en el instrumento se aplicó primeramente una prueba de tipo KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) y Bartlett, donde el resultado arrojó 0.571 en la primera y 0.000 en la segunda. De lo cual se puede

destacar que de acuerdo con la prueba KMO la muestra seleccionada se encuentra apenas por encima de la mitad de la idoneidad. Sin embargo, la prueba Bartlett constata que la muestra funciona para los fines establecidos.

Además, se realizó una prueba de análisis factorial donde los resultados arrojaron un total de 8 componentes con una varianza acumulada de 48.71. Lo que se traduce en que el 48.71% de los factores determinantes del emprendimiento se miden en la escala aplicada en el cuestionario para recabar la información de esta investigación.

También se realizó un análisis de las frecuencias entre los resultados de cada ítem para asegurar que las repuestas se encuentran distribuidas normalmente, a lo que se observó que sólo en una pregunta el porcentaje de opción de respuesta sobrepasó el 60%, con un ligero 60.5 % (ver tabla 2.4).

Tabla 2.4

*Distribución atípica*

| Escala                         | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------------------|------------|------------|
| Totalmente en desacuerdo       | 3          | 2.6        |
| En desacuerdo                  | 2          | 1.8        |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 10         | 8.8        |
| De acuerdo                     | 30         | 26.3       |
| Totalmente de acuerdo          | 69         | 60.5       |

Fuente: elaboración propia

La pregunta correspondiente a esta tabla es la siguiente: un emprendedor es alguien que tiene pasión, entusiasmo, iniciativa y persistencia. Por lo que se puede considerar que los resultados son estadísticamente cargados hacia un sólo lado, por lo cual se debería eximir del ítem para futuras investigaciones.

## Capítulo 3. Descripción e interpretación de resultados

### 3.1 Descripción de resultados

La población se conformó por 114 estudiantes de primer y segundo semestre de la licenciatura en administración de empresas. Los datos sociodemográficos que se destacan son los siguientes: Sexo: 53.5 % (61) fueron mujeres, mientras que el 46.5% (53) son hombres. Edad: Mínima de 18 y máxima de 47 años. La moda en la edad de la muestra fue 19 años con un 29.8% y una media de 22.0. Con respecto a la experiencia laboral, los datos arrojaron que el 47.4%, 54 de las personas, no tienen ninguna. Quienes trabajan de tiempo completo hace menos de un año son el 17.5%, los que han realizado prácticas profesionales son el 14%, mientras que quienes trabajan de medio tiempo suman el 11.4%, y el 9.6% trabaja de tiempo completo hace más de un año.

Respecto a los resultados recabados de los cuestionarios aplicados, se observó que la mayoría de estudiantes ubicó que los rasgos personales y específicos que debe poseer un emprendedor son considerados importantes por la mayoría de los encuestados (ver tabla 3.1).

Tabla 3.1

#### *Rasgos personales en el emprendimiento*

| Indicador        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|
| Poco importantes | 4          | 3.5        | 3.5                  |
| Importantes      | 80         | 70.2       | 73.7                 |
| Determinantes    | 30         | 26.3       | 100                  |

Fuente: elaboración propia

El emprendimiento necesita por fuerza a un emprendedor, que será la persona que ejecutará dicha acción. A esa persona se le atribuyen ciertas características especiales por lo que resulta importante entender, en la apreciación de los estudiantes, que un emprendedor requiere cumplir con cierto perfil, denominado

emprendedor, ya que en los resultados observados en la mayoría de las personas se ubican en las tres posiciones más altas. Dicho de otro modo, los estudiantes consideran que los emprendedores deben cumplir con casi todas las características mencionadas en el cuestionario.

Con relación al segundo objetivo, se encontró que la mayoría de estudiantes considera que los factores contextuales son importantes para emprender con un 80.7%. Algunos de los factores contextuales se refieren a la experiencia directa en el emprendimiento, trabajando de cerca en un negocio familiar o de amistades cercanas por mencionar un ejemplo (ver tabla 3.2).

Tabla 3.2

*Factores contextuales*

| Indicador        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|
| Poco importantes | 1          | 0.9        | 0.9                  |
| Importantes      | 92         | 80.7       | 81.6                 |
| Determinantes    | 21         | 18.4       | 100                  |

Fuente: elaboración propia

Los alumnos encuestados consideran que los factores contextuales son decisivos en las intenciones de emprender, ya que el entorno es perjudicial para el éxito o el fracaso de un negocio.

En lo que respecta a la educación formal en emprendimiento, se encontró que la mayoría de estudiantes consideran que la educación formal es determinante la hora de emprender (ver tabla 3.3). Lo anterior puede evidenciarse en las respuestas, ya que el porcentaje representa casi una tercera parte de la población encuestada.

Tabla 3.3

*Formación profesional*

| Indicador        | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|------------------|------------|------------|----------------------|
| Poco importantes | 1          | 0.9        | 0.9                  |
| Importantes      | 36         | 31.6       | 32.5                 |
| Determinantes    | 77         | 67.5       | 100                  |

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los encuestados, la formación profesional es decisiva en la cuestión de emprender, sin embargo, las otras variables también alcanzan posiciones relevantes frente al emprendimiento.

En relación al objetivo de identificar las características personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento, la edad en promedio que se asocia directamente a la actividad de emprender son 25 años mencionado por el 21.1 % de la población, seguido de cerca por los 30 años con un 15.8%.

El sexo asociado a la actividad de emprender se considera irrelevante, ya que la mayoría de encuestados respondió que el 50% de emprendedores son hombres con un 22.8%, mientras las mujeres también representaron el 50% en la mayoría de las respuestas obteniendo un 23.7% respectivamente. Los resultados se obtuvieron por separado, un ítem cuestionaba sobre el porcentaje asociado a las mujeres y otro al de los hombres, por lo tanto, los porcentajes obtenidos son sobre una escala de 100% respectivamente.

En relación al objetivo consistente identificar los elementos contextuales asociados a la intención emprendedora, se encontró que los estudiantes en su mayoría no precisan una cantidad de dinero con lo cual es posible iniciar un negocio. Lo anterior se detalla en la tabla 3.4.

Tabla 3.4

*Percepción del capital para iniciar un negocio*

| Capital (pesos)     | Porcentaje | Porcentaje acumulado |
|---------------------|------------|----------------------|
| No contestó         | 47.4       | 47.4                 |
| Menos de 50 mil     | 11.1       | 58.5                 |
| Entre 50 y 99 mil   | 14.2       | 72.7                 |
| Entre 100 y 999 mil | 22.9       | 95.6                 |
| Más de 1 millón     | 4.4        | 100                  |

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la información presentada en la tabla 1.8, se precisa que casi la mitad de los estudiantes (47.4%) no saben la cantidad de capital de inversión que un emprendedor necesita para iniciar un negocio. Sin embargo, los estudiantes que plasmaron sus respuestas apuntaron a que el capital prioritario se encuentra entre los 100 y 999 mil pesos con un 22.9%, es decir, que consideran que un negocio requiere una inversión importante ubicada en menos de un millón de pesos, pero arriba de los 100 mil.

### 3.2 Correlaciones no paramétricas

Para el análisis de resultados se consideraron correlaciones no paramétricas, específicamente la denominada Rho de Spearman. A través de este coeficiente se obtuvo una correlación entre la actitud hacia el emprendimiento y la motivación a emprender por parte de la institución universitaria (ver tabla 3.5).

Tabla 3.5

*Correlaciones no paramétricas*

| Rho de Spearman         | Emprendimiento | Edad  | Sexo   | Motivación institucional | Actitud para ser empleado |
|-------------------------|----------------|-------|--------|--------------------------|---------------------------|
| Emprendimiento          | 1.000          | 0.280 | -0.126 | 0.421                    | -0.006                    |
| Significancia bilateral |                | 0.003 | 0.182  | 0.000                    | 0.948                     |



|                           |               |        |        |        |        |
|---------------------------|---------------|--------|--------|--------|--------|
| Edad                      | <b>0.280</b>  | 1.000  | -0.041 | 0.268  | -0.125 |
| Significancia bilateral   | 0.003         |        | 0.662  | 0.004  | 0.187  |
| Sexo                      | -0.126        | -0.041 | 1.000  | -0.238 | 0.071  |
| Significancia bilateral   | 0.182         | 0.662  |        | 0.011  | 0.450  |
| Motivación institucional  | <b>0.421</b>  | 0.268  | -0.238 | 1.000  | -0.105 |
| Significancia bilateral   | 0.000         | 0.004  | 0.011  |        | 0.265  |
| Actitud para ser empleado | <b>-0.006</b> | -0.125 | 0.071  | -0.105 | 1.000  |
| Significancia bilateral   | 0.948         | 0.187  | 0.450  | 0.265  |        |

Fuente: elaboración propia

En relación a las correlaciones se observa una correlación entre el emprendimiento y la edad, por lo tanto, se considera que la edad juega un papel importante en lo concerniente a la actitud para emprender. En torno a la actitud para ser empleado, entendido como la preferencia por trabajar para un empleador antes que emprender un negocio se obtuvo una correlación negativa con la actitud para emprender un negocio.

### 3.3 Análisis de regresión lineal

De acuerdo con un análisis de regresión lineal aplicado sobre las variables del estudio, se obtiene que el orden de relevancia frente al emprendimiento se encuentran los rasgos personales, formación profesional y los factores contextuales.

Por lo anterior se puede precisar que los rasgos personales representan los elementos más significativos para el emprendimiento, de acuerdo con la población objeto de estudio. Es decir, en perspectiva de los estudiantes lo más importante son las características personales del emprendedor, es decir, determinantes en la decisión de emprender. La formación profesional representa el punto intermedio por encima de los factores contextuales.

Además, se contrastaron las variables independientes como el sexo, la edad, la motivación a emprender de parte de la universidad contra la actitud al emprendimiento (ver figura 3.1).

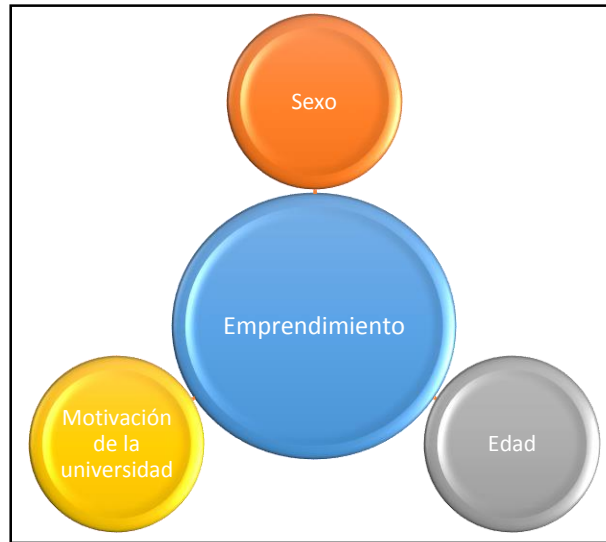


Figura 3. Esquema de variables.  
Fuente: elaboración propia.

Con base en el resultado de R cuadrada corregida dentro del análisis, se indicó que el modelo propuesto explica el 17% del fenómeno de la actitud emprendedora, lo que se considera válido para los fines exploratorios del estudio. Sin embargo, implica la necesidad de añadir nuevas variables que explican el emprendimiento en mayor medida. Las variables independientes que componen el modelo son la edad, el sexo y la motivación institucional a emprender y la variable dependiente es la actitud al emprendimiento (ver tabla 3.6).

Tabla 3.6

*Resumen del modelo de regresión lineal*

| R     | R Cuadrado | R Cuadrado corregido | Error típico de la estimación | ANOVA |       |
|-------|------------|----------------------|-------------------------------|-------|-------|
|       |            |                      |                               | F     | Sig.  |
| 0.436 | 0.190      | 0.168                | 0.436                         | 8.593 | 0.000 |

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los estadísticos coeficientes betas estandarizados se obtuvo la siguiente afirmación: Por cada unidad que se incrementa la motivación para emprender por parte de la universidad, la intención a emprender se incrementa en 0.382 (ver tabla 3.7).

Tabla 3.7

*Coefficientes beta*

| Variables                    | Coefficiente beta tipificado | Sig.  |
|------------------------------|------------------------------|-------|
| Motivación de la universidad | 0.382                        | 0.000 |
| Edad                         | 0.087                        | 0.335 |
| Sexo                         | -0.071                       | 0.422 |

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se infiere la relevancia de la universidad por promover el emprendimiento entre los alumnos, dado que resulta importante transformar las intenciones de los universitarios en un caso de éxito empresarial.

En relación a la actitud del emprendimiento frente a la actitud para ser empelado se encontró que la mayoría de los estudiantes 37.7% prefiere tener su propio negocio, mientras que el 4.4% no se encuentra interesado en hacerlo (ver tabla 3.8).

Tabla 3.8

*Emprendimiento frente al trabajo asalariado*

| Preferencia   | Frecuencia | Porcentaje | Acumulado |
|---|------------|------------|-----------|
| 1 Ser trabajador por cuenta ajena                       | 5          | 4.4        | 4.4       |
| Trabajar para alguien con posibilidad de emprender      | 6          | 5.3        | 9.6       |
| 2 Trabajar para alguien o emprendiendo un negocio       | 27         | 23.7       | 33.3      |
| 3 Tener mi propio negocio más que trabajar para alguien | 33         | 28.9       | 62.3      |
| 4 Tener mi propio negocio                               | 43         | 37.7       | 100.0     |

Fuente: elaboración propia

En contraposición a lo anterior, al cuestionar a la población objeto de estudio sobre la experiencia en emprendimiento se encontró que la mayoría de estudiantes (34.2%) no han emprendido, a la fecha de la recolección de datos, pero si se visualizan creando su propia empresa. El 8.8% han creado una o más empresas, lo

que indica que la actitud para emprender es alta, ya que solo el 5.3% no tiene ningún interés en emprender.

### 3.4 Análisis de datos cualitativos

Dentro del instrumento se consideraron algunos ítems que requieren de un análisis de tipo cualitativo, por lo tanto, se realizó una categorización de los datos obtenidos, se realizó una clasificación de conceptual de unidades cubiertas por un mismo tópico.

En lo que se relaciona con el objetivo de identificar los rasgos personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento, se tomaron en cuenta dos reactivos en los que se les pidió a los estudiantes que señalarán a la persona o empresario vinculada con la palabra “emprendedor” y a la empresa o negocio vinculada con el término “emprendimiento”. Para su análisis los datos se clasificaron en empresarios internacionales, nacionales y locales (ver tabla 3.9).

Tabla 3.9

#### *Emprendedores*

| Empresarios     | Porcentaje | Acumulado |
|-----------------|------------|-----------|
| Internacionales | 25.9       | 25.9      |
| Nacionales      | 2.7        | 28.6      |
| Locales         | 14.4       | 43        |
| No sé           | 49.1       | 92.1      |
| No contestó     | 7.9        | 100       |

Fuente: elaboración propia.

El 57% de la población no logro colocar el nombre de un emprendedor visualizado en el mundo empresarial actual, debido a que el 49% respondió No sé, mientras que un 8% decidió no contestar al reactivo. Respecto a los que contestaron, el 26% asignó los nombres de empresarios internacionales entre los que destacaron: Carlos Slim (10%), Steve Jobs (5%) y Mark Zuckerberg (3%).

De acuerdo a los datos arrojados en lo que respecta a las empresas percibidas como emprendimientos, se siguió la misma lógica anterior para la clasificación de datos (ver tabla 3.10)

Tabla 3.10

*Emprendimientos*

| Emprendimientos | Porcentaje | Acumulado |
|-----------------|------------|-----------|
| Internacionales | 25         | 25        |
| Nacionales      | 8.1        | 33.1      |
| Locales         | 11.7       | 44.8      |
| No sé           | 45.6       | 90.4      |
| No contestó     | 9.6        | 100       |

Fuente: elaboración propia

De los datos obtenidos, cabe destacar la similitud entre los datos anteriores donde se repite el porcentaje mayor ubicado en el desconocimiento de los estudiantes al no poder dar respuesta al colocar el nombre de una empresa asociada al emprendimiento. De los datos recabados se observa que las empresas internacionales son las que mayores menciones presentan, ubicando las más destacadas de la siguiente manera: Apple (7%), Coca-Cola (2.7%) y Google (1.8%).

## Capítulo 4. Discusión de resultados y conclusiones

### 4.1 Características asociadas al emprendimiento

En el estudio se encontraron diversos hallazgos relevantes al tema del emprendimiento estudiantil. Resulta imprescindible vincular esfuerzos entre diversos estudios relevantes al tema y el propio. Por lo cual se exponen algunos de las aportaciones del estudio y su relación a la luz de otras investigaciones.

En la presente investigación se encontró que el estudiante de pregrado asocia los siguientes rasgos personales al emprendedor: tiene una idea radicalmente nueva para la creación de un nuevo negocio (72.8%); tiene la capacidad de percibir el potencial de una idea (78.1%); está dispuesto a trabajar con base en los recursos que posee en el presente (71%); considera los intereses de la sociedad en su toma de decisiones (70.2%); está dispuesto a correr grandes riesgos por una nueva idea (72.8%).

De acuerdo con Pérez (2009), los emprendedores aprovechan las oportunidades del mercado, identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y/o mejora de procesos, se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo, demuestran competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas, se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional y demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad (p.62).

Los sujetos de estudio consideran que los rasgos personales son fundamentales, es decir, que un emprendedor debe poseer cualidades básicas que serán las que transformarán su visión de empleado a empleador. Por lo tanto, se constata que en los estudiantes perciben al emprendedor como una persona particularmente destinada a esa actividad.

Autores como Salamzadeh et al., 2011, (en Jiménez, Cabeza y Briano, 2012) resaltan la importancia de implantar programas en las universidades en los que se desarrollen capacidades empresariales, se fomente la cultura emprendedora, se dispongan de recursos para la su ejecución, se estipulen la metodología que enseñen a sus alumnos a aprender a emprender. Con el objetivo, de formar personas con habilidades y capacidades emprendedoras, que desempeñen un papel activo en el ámbito empresarial de la ciudad y en el progreso y la cohesión social (p. 154).

En relación a la edad directamente asociada a la actividad de emprender, se encontró que el promedio es de 25 años, mencionado por el 21.1 % de la población, seguido de cerca por los 30 años con un 15.8%. Según el Reporte del GEM (2014), en México “las mayores tasas de emprendimiento temprano se encuentran en los grupos de 25 a 34 años, y de 35 a 44 años; 23% de la población se halla en esas edades” (p.13).

Conforme a los datos anteriores, se puede establecer que la edad juega un papel importante puesto que la mayoría de personas considera que una persona debe ser joven para emprender, pero otra el 63.1% de estudiantes consideran edades de más de 30 años. Es importante afirmar que la edad no es decisiva puesto que cualquier persona con las herramientas y competencias para emprender puede lograrlo, siempre y cuando así lo desee y trabaje para lograr su objetivo.

#### **4.2 Diferencias entre hombres y mujeres**

Las diferencias entre hombres y mujeres con relación a la actividad de emprender se consideraron irrelevantes. De acuerdo con los datos recabados se obtuvo que la mayoría de encuestados respondió que el 50% de emprendedores son hombres (22.8%) y 50% son mujeres (23.7%), es decir, no contemplaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en la actividad de emprender.

La brecha entre hombres y mujeres en México se ha reducido con el tiempo, y en los últimos años ya no es significativa. (...) la diferencia en la actividad emprendedora temprana entre hombres y mujeres fue de apenas 1.4 puntos porcentuales, mientras que en empresas establecidas fue menor a una décima de punto” (GEM, 2016, p.13).

En la actualidad cobra sentido que las mujeres estén al parejo con los hombres en la igualdad de oportunidades para emprender un negocio, aunque legalmente no haya diferencias, dentro del imaginario colectivo se sigue argumentando que las mujeres no gozan de los mismos beneficios que los hombres.

El estudio realizado arrojó que la mayoría de los estudiantes (37.7%) están interesados en tener su propio negocio frente a un 4.4% de los que prefieren determinadamente trabajar para otro. La investigación de estudiantes universitarios de Jiménez et al. (2012) trasciende que “la mayoría de la muestra ha pensado en crear su propia empresa (83%)” (p.155). Aunque en porcentajes dispares, las investigaciones coinciden en que la mayoría de estudiantes se encuentran interesados en montar su propia empresa.

### **4.3 Experiencia emprendedora**

En lo relacionado a la experiencia en emprendimiento se encontró que la mayoría de la población (34.2%) no ha tenido su propio negocio, pero se puede ver creándolo. Mientras que el porcentaje más bajo (5.3%) manifestó no tener ningún interés en emprender un negocio. En contraste, el Reporte del GEM señala que “el 18.8% de los adultos en México espera arrancar un negocio en los próximos tres años. Si se considera a los que actualmente no son parte de la actividad emprendedora, la cifra es de 13.7%. El promedio de intenciones emprendedoras de América Latina es de 29.9% de la población adulta” (p.14).



Dentro del estudio se encontró que la mayoría de estudiantes (44.7%) afirmó haber seguido de cerca o ayudado a familiares a crear su propio negocio, en concordancia con López, Montilla y Briceño (2007), el desarrollo del espíritu emprendedor guarda una relación directa con proceder de una familia emprendedora.

El 43% de la población aseguró haber ayudado o seguido de cerca a amigos o conocidos en su emprendimiento. Bajo esta premisa, otros autores han afirmado que existe relación entre la experiencia previa en emprendimiento a través de las relaciones sociales y usar esas redes en la apuesta por el emprendimiento (De Carolis y Saporito, 2006).

En contraste con lo anteriormente expuesto, bajo un enfoque en la actitud, actividades y aspiraciones emprendedoras, el Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI por sus siglas en inglés), México ocupa el lugar 57 en términos de actitud emprendedora, 46 en términos de habilidad y en el 74 en términos de aspiraciones emprendedoras. Estos rankings se determinan utilizando un conjunto de variables institucionales e individuales, así como una serie de “pilares” que el Instituto considera fundamental para el desarrollo económico.

En lo que se refiere a cuestiones de corte contextual se concluye que el estudiantado considera especialmente relevante a la hora de emprender, la influencia de la participación directa en actividades de emprendimiento, ya sea por consecuencia de apoyar en emprendimientos de negocios familiares, amigos o personas cercanas.

#### **4.4 Percepción del capital económico para emprender**

De acuerdo con Minniti y Bygrave (1999) en Cardozo (2010) los emprendedores son “vistos como agentes económicos, heterogéneos y poseen diferente información. Además, tienen diferentes percepciones sobre la incertidumbre y los costos de

convertirse en empresario”. En el estudio realizado se encontró que la mayoría de estudiantes no definieron una cantidad de dinero en términos medios con lo cual es posible iniciar un negocio.

La mayoría de estudiantes no precisa cuánto es el capital inicial en términos medios para iniciar un negocio, posiblemente sea debido a que son estudiantes que inician su carrera profesional y aún desconocen la elaboración de un plan de negocios, las posibles fuentes de financiamientos y demás elementos necesarios en la actividad de emprender.

#### **4.5 Motivación institucional para emprender**

Dentro del estudio se encontró que la mayoría de estudiantes consideran que la educación formal es determinante a la hora de emprender (67.5%), mientras que el 31.6 % lo consideran importante y solo el 0.9% lo consideran sin importancia.

La motivación por parte de la universidad es fundamental, ya que en consideración del alumno, la actitud a emprender puede verse afectada si la universidad propicia acciones como las siguientes: facilite a los alumnos ideas para crear sus propios negocios, ofrezca grados, especialidades o maestrías en emprendimiento, organice conferencias, talleres o workshops sobre emprendimiento, aproxime a los alumnos a las redes de contactos para crear un negocio, permita la utilización de sus instalaciones para que los alumnos dirijan empresas, dote a los alumnos de medios financieros necesarios para crear su negocio, entre otras.

Los estudiantes que logran ubicar la imagen de un emprendedor y un emprendimiento como tal, lo visualizan mayormente a través de empresarios de renombre y en empresas populares de fama mundial. Pocos conciben la idea de que un emprendedor puede ser una persona cercana que con esfuerzo y dedicación construye y mantiene un micronegocio.

En general se observa que prevalece la actitud favorable hacia el emprendimiento, ya que la mayoría manifiesta tener nociones del tema e interés en desarrollar una idea para transformarla en una empresa rentable, algunos consideran que pudieran hacerlo, pero también tienen interés en trabajar para alguien más. Son pocos los estudiantes que manifestaron su deseo de trabajar para una empresa existente y de ninguna manera contemplan el emprendimiento como una opción viable.

Lo anterior se podría considerar lo esperado, debido a que en la actualidad el país se encuentra ante una ola de incertidumbre en lo que respecta al entorno económico, y con ello se relacionan directamente la falta de oportunidades laborales, Por lo tanto, muchas personas depositan sus esperanzas en la oportunidad de desarrollar una idea para transformarla en un negocio que permita solventar las distintas necesidades humanas.

#### **4.6 Limitaciones y recomendaciones del estudio**

El estudio presenta limitaciones debido a que es arriesgado suponer que los estudiantes de pregrado son iguales, simplemente intenta tener una perspectiva del fenómeno del emprendimiento en opinión de los alumnos. Particularmente la muestra se tomó de los primeros semestres de la carrera de administración, con la intención de realizar posteriormente un análisis comparativo entre los estudiantes al inicio de su carrera y los que están por culminarla para analizar los cambios en torno a los factores determinantes del emprendimiento después de adquiridas ciertas competencias mediante su paso por la universidad.

Las recomendaciones de esta investigación se centran en que los centros de investigación en emprendimiento prioricen la necesidad de desarrollo en materia de ciencia y tecnología, ya que otros autores reconocidos y expuestos en esta investigación, consideran que son factores primordiales que propician la capacidad emprendedora, la creatividad e innovación. De este punto se desprenden más y

mejores oportunidades de emprender con mayor eficiencia y posibilidad de competir en el mercado.

Es recomendable que la universidad canalice recursos financieros para que las ideas innovadoras y productivas de los alumnos se transformen en realidades de negocios. Es de suma importancia reconocer el proceso dinámico del emprendimiento e impulsarlo a través de diversas estrategias que traigan como resultado empresas exitosas dirigidas por estudiantes.

Es necesario que la universidad gestione alianzas con el sector empresarial, producto de emprendimientos locales, para que se acerquen a los universitarios y con ello cimentar la cercanía y los estudiantes visibilicen la oportunidad de convertir una idea en un emprendimiento real.

Por último, se recomienda la universidad atienda la promoción y cercanía con el programa de apoyo a emprendedores institucional para consolidar la formación en el tema de emprendimiento. Se aprecia desconocimiento por parte de los estudiantes hacia los diversos programas que buscan impulsar el emprendimiento. Es necesario contar con un proyecto integral en materia de emprendimiento que logre impulsar a los jóvenes interesados en iniciar su propio negocio.

## Anexos

### Matriz de congruencia

#### Título

**FACTORES DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### Objetivo general

Analizar los factores determinantes de las intenciones de emprender en los estudiantes universitarios de la licenciatura en administración de empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales en la Universidad Autónoma de Baja California Campus Ensenada.

#### Objetivos específicos

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| Identificar los rasgos personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento. | Identificar los factores contextuales asociados a la intención emprendedora. | Identificar la influencia de la formación profesional en las intenciones de emprender. | Analizar la relación de la actitud para emprender respecto al sexo, la edad y la motivación de la universidad. |
|--|--|--|--|



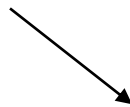
#### Preguntas de investigación

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| ¿Cuáles son las características personales que los estudiantes asocian con el emprendimiento? | ¿Qué elementos contextuales se asocian directamente con la intención de emprender? | ¿De qué manera la educación formal en emprendimiento influye en la decisión de emprender? | ¿Cómo se relacionan la actitud para emprender respecto al sexo, la edad y la motivación de la universidad? |
|---|--|---|--|

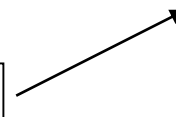


#### Variables independientes

|                   |                       |                  |  |
|-------------------|-----------------------|------------------|--|
| Rasgos personales | Factores contextuales | Educación formal | Relación del sexo, edad y la motivación de la institución respecto a la actitud emprendedora |
|-------------------|-----------------------|------------------|--|



Intención emprendedora



Variable dependiente principal

## Referencias

- Acs, Z., Audretsch, D., Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2005). *The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship*. ISSN 05-11.
- Alonso, P. E. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. (tesis doctoral). Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
- Amway Global Entrepreneurship Report (2016). Amway Global Entrepreneurship Report 2016. Recuperado de: <http://globalnews.amway.com/amway-global-entrepreneurship-report>
- Audretsch, D. y Thurik, R. (2004). Discussion papers on entrepreneurship, growth and public policy. Max Planck Gesellschaft, 1204, 1-17.
- Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE), Factual y Promotora Social México (2014). Glosario de inversión de impacto. Recuperado de: <https://glosarioinversionimpacto.wordpress.com/2014/05/09/glosario-de-inversion-de-impacto/>
- Barajas, S. (4 de junio del 2013). ¿Cómo elegir fuentes de financiamiento para un nuevo proyecto? Forbes de México. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/como-elegir-fuentes-de-financiamiento-para-un-nuevo-proyecto/>
- Bygrave et al. (1997). Toward a not-for-profit analytical framework. Recuperado de <https://fusionmx.babson.edu>
- Cardozo, A.P. (2010). La motivación para emprender: Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos. (tesis doctoral). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.

Cerda, E. (1985). *Una psicología de hoy*. Barcelona: Herder.

Chanlat, J.F. (2002). *Ciencias sociales y administración*. Colombia: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Correa, Z., Delgado, C., y Conde, Y. (2011, Julio/Diciembre). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la universidad pública de Popayan. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 40-51.  
Recuperado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20623157004>

De Carolis, D y Saporito, P. (2006). Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 41–56.

Elizundia, M.E. (2011). Factores de emprendimiento que influyen el desempeño de la micro y pequeña empresa. (tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México, Distrito Federal, México.

Facultad de ciencias Administrativas y Sociales, FCAyS. Recuperado de <http://fcays.ens.uabc.mx/>

Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero. (s.f.). El emprendedorismo y el contexto: un abordaje desde las percepciones de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero. Recuperado de: [http://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/c4/1-martinez\\_rodriguez\\_corral.pdf](http://fhu.unse.edu.ar/carreras/rcifra/c4/1-martinez_rodriguez_corral.pdf)

Freire, M.J. y Teijeiro, M. (2009). Análisis de los factores que afectan a la decisión de ser emprendedor. *Cuadernos de Economía*. 32 (90), 005-028.

- Gallegos, R., Grandet, C. y Ramírez, P. (2014). Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. Recuperado de <http://imco.org.mx/home/>
- García, M. (14 de diciembre del 2012). *15 fuentes de financiamiento*. Entrepreneur. Recuperado de <http://www.entrepreneur.com/article/265654>
- Gavotto-Nogales, O. y Castellanos-Pierra, L. (2015, julio-diciembre). Panorama profesional en México, un escenario limitado para el estudiantado universitario. *Educación*, 39 (2), 115-122. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44039322007>
- Gibb, A. (1988). *Stimulating new business development (what else besides EDP?)*. Geneva, Switzerland: ILO
- Gibb, A. (2005). *Creating the Entrepreneurial University Worldwide. ¿Do we need a wholly different model of entrepreneurship?*, 1 -26.
- Global Entrepreneurship Monitor (2014). *Reporte Global*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org>
- Global Entrepreneurship Monitor (2016). *Reporte Global*. Recuperado de <http://www.gemconsortium.org>
- Gutiérrez, R. (2003). *Introducción a la ética*. México: Editoriales Esfinge S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional del Emprendedor, INADEM (2016). Recuperado de <https://www.inadem.gob.mx/>



Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015a). Población Económicamente Activa.

Recuperado de

<http://www.inegi.org.mx/Sistemas/BIE/Default.aspx?Topic=0&idserPadre=1000008001800070#D1000008001800070>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015b). Indicadores de Ocupación y Empleo.

Recuperado de

[http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/iooe/iooe2015\\_02.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/iooe/iooe2015_02.pdf)

Jiménez, J.M., Cabeza, D. y Briano, G.C. (2012). Universidad y Empredimiento: un caso de estudio en la facultad de ciencias económicas y empresariales de la UGR.

ReiDoCrea, volumen (1), 144-157.

Kantis, H., Angelelli, P. y Gatto, F. (2001). Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino.

Recuperado en

<http://www.evtsrl.com.ar/cursos/proyectos/Nuevos%20emprendimientos%20-%20Caso%20argentino.pdf>

Kantis, H., Angelelli, P. y Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado en

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=829131>

Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2015). *Condiciones sistemáticas para el emprendimiento dinámico. América Latina en el Nuevo escenario global*. Recuperado de

<http://www.ungs.edu.ar/icsedprodem/wp-content/uploads/2015/07/Informe-2015-11.pdf>

- Kantis, H e Ishida, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Recuperado de <http://www.iadb.org/wmsfiles/products/publications/documents/1481923.pdf>
- Karhunen, P. y Ledyeva, S. (2010). Determinants of entrepreneurial interest and risk tolerance among Russian university students: empirical study. *Journal of Enterprising Culture*, 18(03). DOI: 10.1142/S0218495810000574
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina*. Washington: Banco Mundial.
- Luengo, J. (2004). La educación como objeto de conocimiento: El concepto de educación. En Pozo, M. (Ed). *Teoría e instituciones contemporáneas de educación* (30-47). Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- López, W., Montilla, M. y Briceño, M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de Contaduría Pública. *Actualidad contable FACES*, 10(14), 80-94.
- Martínez, M. G., y Corral, C. G. El emprendedorismo y el contexto: un abordaje desde las percepciones de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud de la Universidad Nacional de Santiago del Estero.
- Martínez, F.M. (2008). Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las escuelas taller y casas de oficios en Andalucía: primera fase del diseño de programas educativos para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. (tesis doctoral). Universidad de Granada, España.

Ministerio de Educación Nacional. República de Colombia (2014). La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales. Guía no. 39. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-287822.html>

Montoya, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*. 10 (25), 209-213. ISSN 0122-1701

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2005). Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Recuperado de [http://www.digital.ciecas.ipn.mx/docs\\_innova/pdfs/U1\\_13\\_Manual\\_de\\_Oslo.pdf](http://www.digital.ciecas.ipn.mx/docs_innova/pdfs/U1_13_Manual_de_Oslo.pdf)

Ocegueda, J. (2014). Proyecto de plan de trabajo para la administración 2015-2019 de la Universidad Autónoma de Baja California. Recuperado de <http://red-academica.net/observatorio-academico/wpcontent/uploads/2014/11/ptocegueda.pdf?2d9681>

Orrego, C. (2009, Julio/Diciembre). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, (27), 235-252. Recuperado en <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/848/4959>

Pérez, E. (2009). Gestión en el Tercer Milenio. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM*, volumen (12), 23. p.p. 61-65.

Piñera, D. (1997). *Historia de la Universidad Autónoma de Baja California 1957-1997*. México: Universidad Autónoma de Baja California.

Polaino-Lorente, A. (Ed), Cabanyes, J., y Del Pozo, A. (2003). *Fundamentos de psicología de la personalidad*. Navarra, España: Ediciones Rialp, S.A. de C.V.

Reporte de Economía y Desarrollo (2013). *Emprendimientos en América Latina. Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Banco de Desarrollo de América Latina. ISSN: 980-6810-01-5.

Rivera, C. (2011). ¿De qué hablamos cuando hablamos de entrepreneurship? Revista en línea DIALNET Cuadernos Unimetanos, (60), 11-16. Recuperado en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4000393>

Rodríguez, A. (2014). Emprendimiento: una megatendencia a nivel mundial. Forbes México. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/emprendimiento-una-megatendencia-nivel-mundial/>

Rodríguez-Romero, C.A. y Prieto, F.A. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar, Especial Educación*, 73-90.

Romo, L., Quevedo, L.M y Herrera, L.L. (2013). Desarrollo de los programas de emprendedores en diferentes instituciones de educación superior. *International Review of Business Research Papers*, 2 (9), 220-232.

Sánchez, Y., García, F., y Mendoza, J. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 31(136), 243-252. doi: 10.1016/j.estger.2015.04.001

Secretaría de Economía (2015). Industria y comercio. Recuperado de <http://www.economia.gob.mx/>

Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 2, p. 95-106.

Universidad Autónoma de Baja California (2015). Plan de Desarrollo Institucional 2015-2010. Recuperado de <http://www.uabc.mx/planeacion/pdi/2015-2019/>

Universidad del Norte. Instituto de Estudios en Educación. Lumen, 7 (1), 1. Recuperado de <https://guayacan.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

Zaragoza, L. (2010). Cultura, identidad y etnicidad, aproximaciones al entorno multicultural: rompiendo costumbres y paradigmas cotidianos. Cuicuilco, 48 (1), 149-164.