

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN

ALUMNOS UNIVERSITARIOS QUE CUENTAN CON APOYO DE INCUBADORA

UNIVERSITARIA

TESIS PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTOR EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

POR: SERGIO RAMSES RAZO PELATOS

DIRECTORA DE TESIS:

DRA. VIRGINIA G. LÓPEZ TORRES

CO-DIRECTOR

DR. JORGE ALBERTO RUIZ VAZQUEZ

Ensenada, B. C.

Mayo del 2020



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Doctorado en Ciencias Administrativas

**“INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ALUMNOS UNIVERSITARIOS QUE CUENTAN
CON APOYO DE INCUBADORA UNIVERSITARIA”**

Tesis que presenta para obtener el grado de
Doctor (a) en Ciencias Administrativas

Sergio Ramses Razo Pelatos

Dra. Virginia Guadalupe López Torres
Director de Tesis

Dr. Jorge Alberto Ruiz Vázquez
Síno

Dr. Víctor Manuel Delgado Moreno
Síno

Dr. Oscar Galván Mendoza
Síno

Dra. Eunice Vargas Contreras
secretaria

Ensenada, B. C., a 6 de mayo del 2020

Resumen

México impulsa el emprendimiento empresarial o de negocios para la generación de empleos y desarrollo económico. Parte de este trabajo recae en las instituciones de educación superior que se dieron a la tarea de promover y desarrollar habilidades emprendedoras en los alumnos, integrando unidades de aprendizaje especializadas en mapas curriculares y creando incubadoras universitarias institucionales. Pero son pocas las incubadoras exitosas en el mundo y México no es la excepción, las universidades no están dando los resultados esperados. Se realizó una prueba piloto con una muestra de 52 alumnos de la Universidad Autónoma de Baja California y un instrumento de medición de intención emprendedora que se basa en la teoría del comportamiento planeado de Azjen de 1991, agregando las dos dimensiones antes mencionadas. Después se realizó una aplicación iniciando y finalizando el semestre de 2018 en dos universidades, Universidad Autónoma de Baja California y Universidad Autónoma de Sonora. El objetivo es confirmar si existe relación entre las variables propuestas en el aumento o disminución de la intención emprendedora. Los resultados muestran que la fiabilidad y la validez predictiva de estas dimensiones sobre la intención emprendedora son aceptables y que existen relaciones positivas y negativas. La finalidad es generar nuevo conocimiento que lleve a la creación de mejores estrategias para promover el emprendimiento en las universidades.

Palabras clave: emprendedores; universidad; formación de profesores; cuestionario; formación empresarial.

Abstract

Mexico promotes business or business entrepreneurship for job creation and economic development. Part of this work falls to higher education institutions that were given the task of promoting and developing entrepreneurial skills in students, integrating specialized learning units in curricular maps and creating institutional university incubators. But few successful incubators in the world and Mexico is no exception, universities are not giving the expected results. A pilot test was carried out with a sample of 52 students from the Autonomous University of Baja California and an entrepreneurial intention measurement instrument based on the Azjen planned behavior theory of 1991, adding the two dimensions mentioned above. Then an application was made starting and ending the semester of 2018 in two universities, Autonomous University of Baja California and Autonomous University of Sonora. The objective is to confirm whether there is a relationship between the variables proposed in the increase or decrease of the entrepreneurial intention. The results show that the reliability and predictive validity of these dimensions on entrepreneurial intent are acceptable and that there are positive and negative relationships. The purpose is to generate new knowledge that leads to the creation of better strategies to promote entrepreneurship in universities.

Keywords: entrepreneurs; college; teacher training; questionnaire; business training.

PARTE I – INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
OBJETIVO GENERAL	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
PREGUNTAS ESPECÍFICAS	19
HIPÓTESIS	19
JUSTIFICACIÓN	20
PARTE II- APROXIMACIONES TEÓRICAS.....	22
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO	22
TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS (TGS).....	22
EMPRENDIMIENTO	33
INTENCIÓN EMPRENDEDORA.....	35
ESPÍRITU EMPRENDEDOR.....	45
CULTURA EMPRENDEDORA	46
CAPÍTULO III – MARCO CONTEXTUAL.....	52
ESTRUCTURA ECONÓMICA DE MÉXICO.....	52
ESTRUCTURA DE BAJA CALIFORNIA	55
ESTRUCTURA DE SONORA	58
EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL Y NACIONAL.....	61
PARTE III – METODOLOGÍA	68
CAPÍTULO IV – ESTUDIO CUANTITATIVO.....	68
MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	68
TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	70
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	72
PARTICIPANTES.....	72
PROCEDIMIENTO.....	72
INSTRUMENTO.....	73
FASE DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO	74
ETAPA APLICACIÓN INICIAL.....	75
PARTICIPANTES	75

TAMAÑO DE LA MUESTRA	75
MÉTODO.....	76
PROCEDIMIENTO.....	76
ETAPA APLICACIÓN FINAL.....	77
PARTICIPANTES	77
TAMAÑO DE LA MUESTRA	77
MÉTODO.....	78
PROCEDIMIENTO.....	78
CAPÍTULO V – ESTUDIO CUALITATIVO	78
INTRODUCCIÓN.....	78
METODOLOGÍA.....	81
ASPECTOS GENERALES DEL ENTREVISTADO	81
OBJETIVO	82
INSTRUMENTO.....	82
PROCEDIMIENTO.....	82
CODIFICACIÓN ABIERTA.....	83
CODIFICACIÓN AXIAL	86
CODIFICACIÓN SELECTIVA	87
PARTE IV – RESULTADOS.....	89
CAPÍTULO VI – RESULTADOS CUANTITATIVOS.....	89
RESULTADOS VALIDACIÓN INSTRUMENTO	89
RESULTADOS PRIMERA FASE.....	100
ANÁLISIS DE LAS CARGAS	107
VALIDEZ DE CONVERGENCIA	110
VALIDEZ DISCRIMINANTE.....	110
ANÁLISIS DE MULTICOLINEALIDAD	113
RESULTADOS SEGUNDA FASE	120
ANÁLISIS DE LAS CARGAS	126
VALIDEZ DE CONVERGENCIA	128
VALIDEZ DISCRIMINANTE.....	128
ANÁLISIS DE MULTICOLINEALIDAD	130

CAPÍTULO VII – RESULTADOS CUALITATIVOS	137
CAPÍTULO VIII – DISCUSIÓN	146
PARTE V – CONCLUSIONES.....	155
CAPÍTULO IX – CONCLUSIONES	155
CONCLUSIONES CUALITATIVO.....	156
CAPÍTULO X - PROPUESTAS Y TRABAJO FUTURO.....	157
BIBLIOGRAFÍA	158
APENDICES.....	174

PARTE I – INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

En la actualidad los países están buscando la forma de resolver un problema en común, la falta de crecimiento y desarrollo económico, una de las causas reconocidas por la comunidad científica y académica es la falta de empleos. Esto se da a raíz de crisis económicas que son más frecuentes y prolongadas, también a la falta de recursos o escasos y la que la población crece cada vez más sin control. Los expertos pronostican que en el futuro será más difícil conseguir empleo, las razones están entre la falta de habilidades y destrezas, lo cual se puede solucionar relativamente con un buen sistema educativo y la otra es por la falta de empresas que ofrezcan empleos, este último problema es el más complejo de resolver y una situación que se presenta a nivel internacional, donde cada país busca mejorar su economía para que sus habitantes aspiren a una mejor calidad de vida. Para esto los gobiernos buscan la forma de cómo sus ciudadanos generen empresas que den soporte sólido a sus economías, generen crecimiento y desarrollo y a su vez bienestar y calidad de vida (Oliver y Gutiérrez-Benet, 2016). Esto se hace de diferentes formas, siendo el emprendimiento una de las formas en que se combate este problema, específicamente el emprendimiento empresarial, aquí se especifica ya que existen diferentes tipos de emprendimiento debido a una definición más amplia que se relaciona con la palabra. La Organización Mundial de las Naciones reconoce al emprendimiento como una herramienta que permite combatir la pobreza y crear desarrollo sustentable y mejoramiento del entorno (Messina y Hochsztain, 2015). El emprendimiento es un fenómeno que requiere de individuos que están dispuestos a correr riesgos y aceptar desafíos, que les permitan crear emprendimientos (Castillo-Palacio, Batista-Canino y Zuñiga-Collazos, 2017). El emprendimiento se acomoda comúnmente

en el centro de la discusión de cómo impulsar la economía de un país y alrededor de este se encuentran muchos subtemas, de los cuales se tratan algunos en este trabajo.

Los individuos forman sus empresas por la necesidad que el sistema económico no puede cubrir, el de generar empleos dignos, entonces la alternativa que queda es emprender su propio negocio, tomar el riesgo (Freire, 2016). Toda persona necesita cubrir ciertas necesidades básicas que tiene un costo económico vinculado. Por esta razón muchos de estos individuos emprenden por necesidad, mientras que otros centran sus acciones en la detección de una oportunidad que pueden explotar y generar un bienestar económico personal. Al final es necesario destacar que no importa el tipo de emprendimiento que sea, lo importante es que la empresa es un elemento clave en la economía de un país, siendo esta una de las fuentes que permite la generación de empleos y riqueza, estabilidad, desarrollo y crecimiento económico (Alvarado y Rivera, 2011). Los países desarrollados con economías fuertes introducen el emprendimiento empresarial desde temprana edad a sus habitantes, logrando que estos empiecen a desarrollar las habilidades y destrezas que necesitan para generar estas empresas que generaran empleo a futuro (Oliver y Gutiérrez-Benet, 2016).

Pero existe un problema grave que los países no logran resolver, el 50% de las empresas mueren en los primeros tres años y el 95% de las iniciativas fracasan antes del quinto año de vida, destacando que solo los emprendedores que logren perdurar en el tiempo logran su objetivo (Fuentelsaz y González, 2015; Messina y Hochsztain, 2015). El ser emprendedor no es sencillo y se necesita de muchas habilidades y destrezas como se menciona antes, pero también se necesita de vocación, planeación y recursos, que muchas veces no se contemplan desde el principio y que puede llevar al fracaso de una empresa. Por otra parte, solo en América Latina se necesitan en promedio de 4 a 5 años de tiempo para que una persona tome la decisión de formar una empresa,

mientras que en Asia les toma de 2 a 3 años (Proaño, 2015). En América Latina les toma más tiempo el tomar una decisión de formar una empresa que la expectativa de vida de la misma, de aquí ya se empieza a generar preguntas interesantes que más adelante se expondrán.

En el pasado y actualmente se sigue la discusión sobre el tema de si un emprendedor nace o se hace, el cual no se discutirá a fondo en este trabajo. En este apartado se destaca que no todos los individuos pueden ser emprendedores, debido a que el mismo sistema empresarial necesita de trabajadores para poder existir, creando sistemas dependientes uno del otro (Moreno, 2015). Esto no quiere decir que no sean capaces de ser emprendedores, solo no están interesados o tienen la necesidad, debido a la situación que se presentan en su país. Esto se trata más adelante con ejemplos.

En este trabajo se identifica el sistema organizacional de la incubadora universitaria de UABC y UNISON y se modela su funcionamiento siguiendo la Teoría General de Sistemas (TGS) para después enfocarse en la parte del sistema que tiene como insumo principal al alumno que estudia dentro de estas instituciones. Utilizando la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen se evalúa la intención que tiene el alumno para emprender y como el trabajo de los maestros y las incubadoras afectan esta al inicio y al final de un curso de emprendimiento.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Algunos autores, organizaciones y gobiernos reconocen como emprendedores a los individuos que iniciaron una empresa con fundamento en una idea. Que tomaron el riesgo, visualizaron la oportunidad y la desarrollaron convirtiéndola en algo tangible, una empresa. Algunos de los principales motivos que se tiene para emprender son la necesidad y aprovechar una oportunidad, siendo los problemas económicos el principal estímulo para tomar esta decisión (Freire, 2016;

Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Paredes y Flores, 2015; Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016).

La importancia económica de la empresa para un país es alta y no hay duda sobre eso. Estas son las fuentes que permiten la generación de empleo y riqueza. Propician el crecimiento económico y la estabilidad de una economía local y regional. Otros autores también apoyan la afirmación de que es importante crear nuevas empresas y que son el factor que estimula el desarrollo y crecimiento económico de un país, al permitir la creación de nuevos empleos (Alvarado y Rivera, 2011).

En la actualidad los gobiernos, instituciones y agentes sociales manifiestan su preocupación por la falta de creación de empresas. Esto los lleva a idear estrategias y poner en marcha acciones que permitan cambiar esta situación (Olmos y Castillo, 2007; Rodríguez y Chávez, 2015). Para esto se encontró una respuesta muy prometedora, el emprendimiento. El cual permitiría a la sociedad mejorar su calidad de vida y situación económica, impactando a nivel micro y macro económico (Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016). Se empezó a promover programas que permitieran a estos individuos emprender un negocio, teniendo acceso a los recursos necesarios para desarrollar su idea de negocio. Todo esto en forma de apoyos económicos, fiscales y desarrollo de política pública con el objetivo de apoyar a estos emprendedores. Que muchas veces no tienen orientación o capacitación para crear empresas que sean competitivas (Paredes y Flores, 2015). Por su parte las instituciones de educación superior empezaron impulsar la cultura emprendedora por medio de la integración del emprendimiento en los perfiles de carreras, planes de estudio y actividades que impulsaran la actitud emprendedora en el alumno (Rodríguez y Chávez, 2015).

La globalización obligó a los países a ser competitivos y por esto los países buscan impulsar esta nueva forma de creación de empresas. Esto les permite ser más competitivos, buscando la creación de empresas innovadoras y de carácter tecnológico (Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016).

Para esto las instituciones de educación superior como universidades toman el papel de promover el emprendimiento entre sus alumnos. Incluyendo dentro de sus programas educativos temas relacionados con el emprendimiento, manifestándose en materias, cursos, talleres, ciclos de conferencias e incluso creando o vinculándose con incubadoras de negocios que permitan dar apoyo o conectar a los alumnos con los recursos necesarios para ver realizada su idea en una empresa real, competitiva y exitosa, (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo 2016; Alvarado Muñoz y Rivera Martínez, 2011; Rodríguez y Chávez, 2015). Siendo el objetivo la generación de empleo o auto empleo como alternativa al desarrollo profesional de los alumnos egresados (Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016). Olmos y Castillo (2007) señalan que la universidad no ha logrado cumplir con el objetivo de ser una promotora del emprendimiento. En España se identifica como problema en el impulso al emprendimiento el sistema educativo, que carece del impacto en formación temprana de los jóvenes en materia de emprendimiento, sumando los altos índices de corrupción y la falta de difusión de casos de éxito de otros empresarios que pasaron por el proceso emprendedor (Freire, 2016).

La respuesta por parte de los gobiernos para el impulso del emprendimiento fue la creación de incubadoras de negocios. Los países manifiestan su interés por apoyar el emprendimiento con política pública, se cuenta con recursos económicos asignados a programas gubernamentales que permiten la incubación de empresas, se tienen incubadoras privadas y públicas, dentro y fuera de las universidades, pero no se obtienen los resultados esperados y los pocos resultados que se

tienen sufren de una alta tasa de mortalidad (Freire, 2016; Tavoletti, 2013; Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016). Las incubadoras de empresas son mecanismos eficientes y comprobados cuyo objetivo es la creación y desarrollo de nuevas empresas a partir de un modelo. Su objetivo es asegurar la supervivencia de estas empresas a partir de actuar como intermediario entre incubados y entorno proporcionando los recursos que le permitan competir en el mercado (Mrkajic, 2017).

Tavoletti (2013) señala que son muy pocos los casos de éxito de incubadoras que generan resultados positivos que impactan la economía e impulsan el crecimiento económico, en su mayoría las incubadoras fracasan. Esto lleva a preguntar si se debe seguir invirtiendo fondos públicos en éstas. Morfi, Graupera y Torres (2016) establece que el desarrollo de las incubadoras en Latinoamérica no se puede comparar con las incubadoras de primer mundo.

La problemática detectada es que a pesar de tener todo este marco institucional, ecosistema y estrategias, las incubadoras no están generando los resultados esperados, tanto en calidad como en cantidad (Theodorakopoulos, Kakabadse y McGowan, 2014). Paredes y Flores (2015) afirman que, en algunos países incluido México, no se están creando empresas.

Se ve a la incubadora de negocios como una organización, ésta tiene un propósito. El de generar negocios y se podría decir que esta organización debe cumplir con un proceso de transformación de materia prima para obtener un resultado. En este caso se necesita de personas para poder procesar proyectos y transformarlos en un negocio (Koont y Weihrich, 2013). Prim y da Mota Alves (2017) afirman que la teoría general de sistemas permite desarticular una organización en este caso la incubadora y encontrar las relaciones que existen entre actores internos (Subsistemas) y externos (Súper sistemas), permitiendo realizar un análisis meticuloso y amplio

de esas relaciones entre actores. Koont y Weihrich (2013) proponen un modelo sistémico para representar una organización. A esto la Dirección General de Empresa de la Comisión Europea (2012) plantea un modelo incubador basado en la teoría general de sistemas, describiendo tres procesos clave, entrada, proceso y salida.

El modelo propuesto para analizar la incubadora universitaria es el que se muestra en la Figura 1.

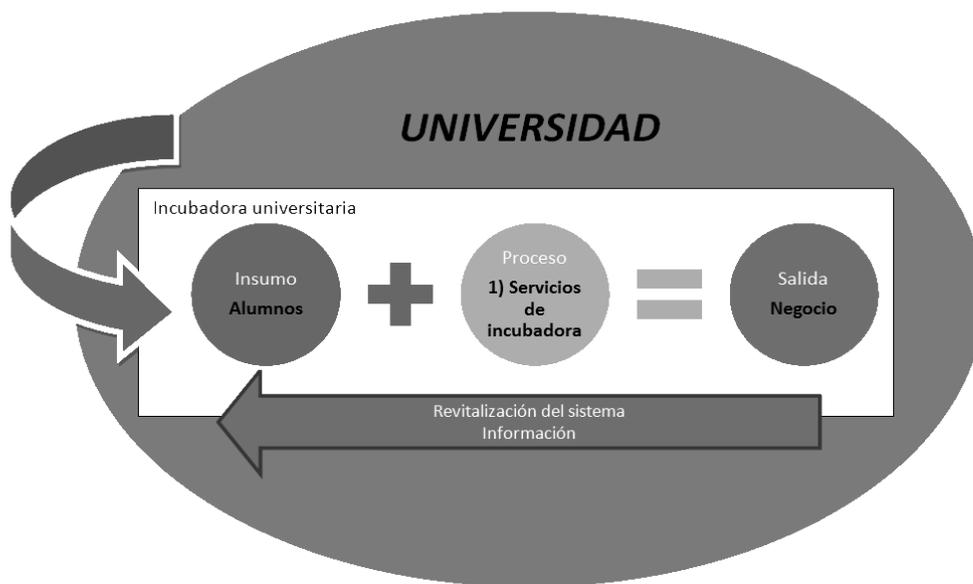


Figura 1. Sistema de incubadora universitaria. Elaboración propia en 2019.

El presente trabajo busca estudiar el primer elemento del sistema y lo que sucede si la organización carece de la materia prima, en este caso las personas. Sin importar que la organización cuente con las mejores metodologías, prácticas, infraestructura y procesos, no se puede tener resultados satisfactorios, porque no existe el insumo que son las personas que generan los proyectos. Ver Figura 2.

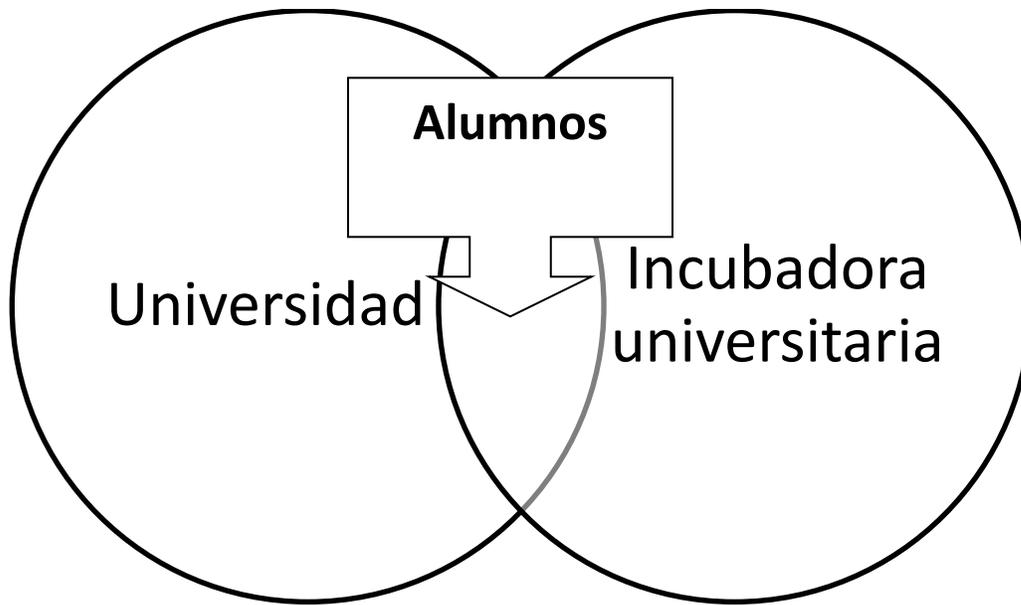


Figura 2. Modelo de interacción universidad e incubadora universitaria. Elaboración propia en 2019.

Para esto se propone utilizar el modelo de intención emprendedora que deriva de la teoría de comportamiento planeado que se muestra en la Figura 3. Este modelo se utiliza como herramienta para evaluar los factores que incrementan la intención del alumno para emprender y buscar cuales son los aspectos que permiten aumentar la participación dentro del proceso de la incubadora de negocios universitaria y así aumentar la cantidad de proyectos de negocios.

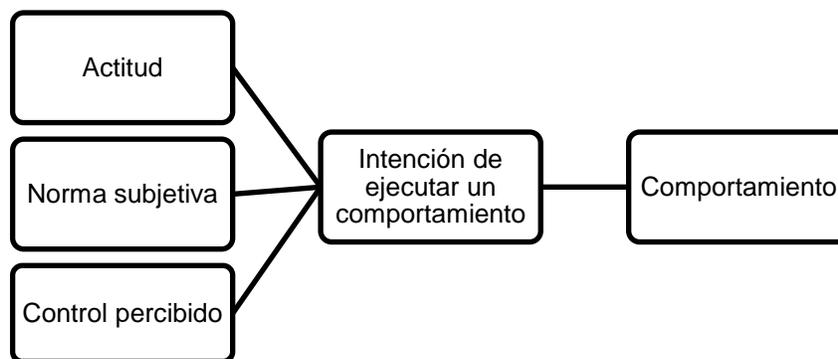


Figura 3. Teoría de comportamiento planeado de Ajzen. Montano y Kasprzyk, 2015.

Tomando como base el modelo de comportamiento de Ajzen, se plantea el siguiente modelo. Ver Figura 4.

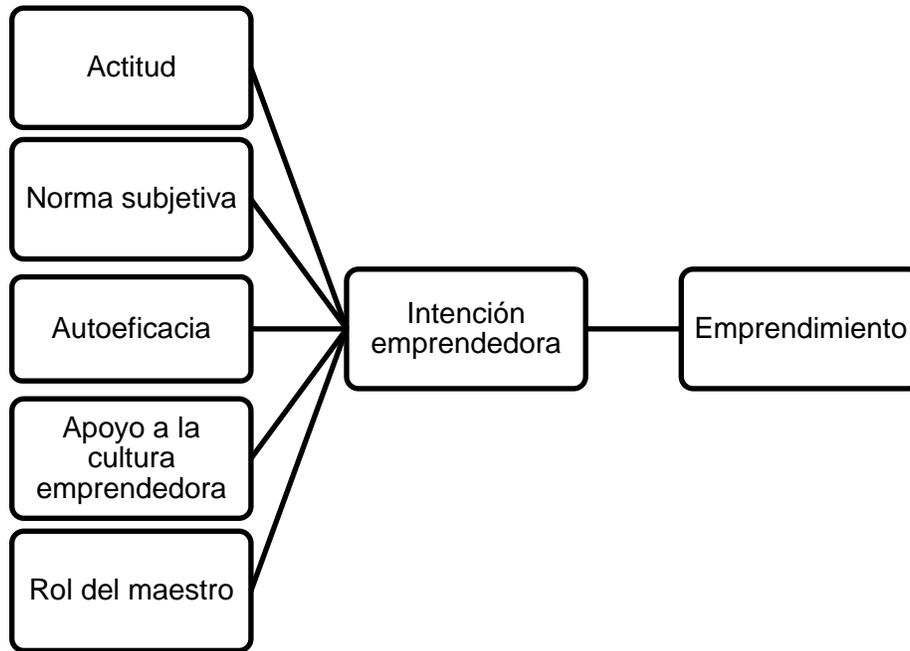


Figura 4. Modelo de medición de intención emprendedora. Elaboración propia en 2019.

Considerando los argumentos anteriormente expuestos, el modelo propuesto agrega dos nuevas dimensiones. El objetivo es medir el efecto en la intención emprendedora de las variables apoyo a la cultura emprendedora y rol del maestro en alumnos universitarios que cuenta con una incubadora universitaria.

El apoyo a la cultura emprendedora denota todo el trabajo que realiza en específico la incubadora para promover la cultura emprendedora dentro de la universidad y la comunidad estudiantil.

Abarca actividades como eventos, pláticas, conferencias, asesorías, etc.

El rol del maestro abarca la experiencia del maestro y como esta afecta a la hora de impartir una materia relacionada con temas de emprendimiento o formulación de negocios. Es la experiencia, actitudes, valores, etc. Si el alumno ve al maestro como un modelo de empresario o emprendedor que le guste seguir y replicar.

Se plantea realizar un estudio longitudinal descriptivo, correlacional mixto (CUAN+cual) con un enfoque preponderante cuantitativo que tiene un diseño cuasiexperimental con análisis estructural y diseño fenomenológico en lo cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas. El diseño mixto es concurrente y se busca triangular o incrementar la validez interna y externa del estudio (Sampiere, 2015). En este estudio se le da un valor más alto al estudio cuantitativo, por lo que el estudio cualitativo solo se utiliza como apoyo para corroborar lo encontrado y se tratan como dos estudios separados.

OBJETIVO GENERAL

Evaluarla Intención emprendedora en alumnos universitarios que cuentan con el apoyo de una incubadora universitaria, estudiando el efecto que tienen variables ambientales y personales sobre la intención emprendedora para desarrollar estrategias que permitan potenciar la intención emprendedora.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estudiar la relación entre la intención emprendedora y las variables norma subjetiva, actitud, autoeficacia, rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora propuestas en el modelo presentado en este trabajo.

Evaluar si las variables norma subjetiva, actitud, autoeficacia, rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora difiere antes y después de tomar cursos sobre emprendimiento.

Explorar si el maestro resulta en un efecto positivo sobre la intención emprendedora en los alumnos que toman cursos sobre emprendimiento.

Evaluar si las actividades de promoción que realizan las incubadoras universitarias producen diferencias al comparar la intención emprendedora en los estudiantes antes y después de que toman cursos sobre emprendimiento.

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

¿Existe una relación entre intención emprendedora y las variables norma subjetiva, actitud, autoeficacia, rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora?

¿La norma subjetiva, actitud, autoeficacia, rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora son diferente antes y después de tomar cursos sobre emprendimiento?

¿El maestro afecta positivamente la intención emprendedora de los alumnos que toman cursos sobre emprendimiento?

¿Las actividades de promoción que realizan las incubadoras universitarias producen diferencias en la intención emprendedora en los estudiantes antes y después de tener contacto con la información?

HIPÓTESIS

H1: La actitud incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).

H2: La norma subjetiva incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).

H3: La autoeficacia incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).

H4: El apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria incrementa la intención emprendedora en el alumno universitarios (Osorio y Londoño Roldán, 2015).

H5: El maestro que imparte el curso de emprendimiento incrementa la intención emprendedora en el alumno universitario al terminar el curso (Liñán y Chen, 2009; Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Pertuz et al, 2016; Ma'ruf, Mukhadis, Pali y Akbar, 2018).

JUSTIFICACIÓN

Freire (2016) afirma que la incubación de empresas es un fenómeno nuevo, pero que a nivel internacional ya acumula resultados impresionantes, demostrando que es una estrategia viable para el desarrollo económico. La realidad en la literatura muestra que los resultados no son satisfactorios en muchas economías, los casos de éxito son aislados y tienden a ser emprendimientos de carácter tecnológico (Tavoletti, 2013).

Morfi, Graupera y Torres (2016) por su parte también hace énfasis en la importancia entre la vinculación de empresa, universidad y el gobierno. En su trabajo Zea, Fonseca, Pérez y Molina (2016) agregan que para poder tener un buen resultado en el emprendimiento se requiere un acompañamiento de las instituciones involucradas y que éstas no sólo se limiten a conseguir el recurso económico, que también se dé seguimiento a los proyectos para asegurar su éxito y permanencia. La universidad es vista como la institución para lograr esto, en este caso las tareas de esta institución en apoyo al emprendimiento van desde brindar información y asesoramiento para que los alumnos inicien un emprendimiento, es importante que la universidad apoye la

cultura emprendedora, para que así los alumnos puedan desarrollar actitudes y habilidades que le permitan identificar oportunidades y emprender (Ornelas, Contreras, Silva y Rodríguez, 2015; Rodríguez y Chávez, 2015). Esto se realiza por medio de las incubadoras, las cuales justifican su creación y apoyo económico, con base en la teoría del “capital humano” y la difusión del conocimiento. La incubadora se debe utilizar como un medio más para probar el capital humano y separarlo de los que no será capaz de competir en el mundo real (Freire, 2016; Durán, Parra y Márceles, 2015; Narváez, 2015).

En la literatura se estudia los resultados que tienen las incubadoras, usualmente por cantidades que permitan expresar el número de empresas que se incuban y emprenden. Los resultados de una evaluación de incubadora están orientados a cuantos proyectos se procesan de manera exitosa. Existen autores que plantean la evaluación de una incubadora en relación a procesos, infraestructura, administración, seguimiento, etc. (La Dirección General de Empresa de la Comisión Europea, 2012; Rivero, s.f.).

Pero que sucede cuando los individuos no buscan emprender un negocio. Hay estudios que hablan sobre el análisis del individuo y existen modelos como el espíritu emprendedor (Freire, 2016; Durán, Parra y Márceles, 2015; Paredes y Flores, 2015; Olmos y Castillo, 2007) e intención emprendedora (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016), que explican desde un aspecto psicológico y emocional cual es la razón para que una persona busque emprender un negocio.

Otros autores dejan en perspectiva que desde el sistema educativo a través de las universidades o la misma incubadora debe de buscar promover la cultura emprendedora en los individuos, en este caso los alumnos (Freire, 2016).

En este estudio se busca evaluar la intención emprendedora de los alumnos de universidad que cuentan con una incubadora universitaria dentro de sus instalaciones, enfocando el estudio en la entrada del sistema, el alumno y en qué factores aumentan la intención de este por emprender. El maestro que imparte el curso de emprendimiento o las actividades que realiza la incubadora universitaria para promover la cultura emprendedora (Freire, 2016; Narváez, 2015; Rivero, s.f).

El enfoque se usará es en la persona (alumno). En cómo la universidad provee el insumo (alumnos) para que este proceso de incubación de negocio (proyecto) inicie (Serrano-Bediaa, Pérez-Pérez, Palma-Ruiz y López-Fernández, 2016). Para tal efecto se utilizará un modelo de intención emprendedora que se deriva de la teoría del comportamiento planeado, la cual se usará para cuantificar la intención del alumno por emprender después de haber tomado un curso de emprendimiento con un maestro experimentado en el tema y por otra parte el impacto que tienen los eventos de promoción de la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria.

PARTE II- APROXIMACIONES TEÓRICAS

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS (TGS)

Dado que este enfoque teórico se aplica en el presente estudio a la empresa como organización, es pertinente iniciar este apartado definiendo este objeto. Philip Selznick (1948) define el concepto de organización como una estructura formal de acciones razonadas, donde el uso de las habilidades técnicas y de gestión requiere una coordinación y una jerarquía de comando que permita la administración e integración de funciones especializadas. Entonces el autor hace énfasis en la delegación como mecanismo formal de coordinación y control.

En la actualidad Hodge, Anthony y Gales (2003) en su libro Teoría de la organización un enfoque estratégico define a la organización como un grupo de dos o más personas que trabajan en un espacio definido y limitado con el objetivo de alcanzar metas en común. Las organizaciones pueden ser más eficaces y eficientes si se trabajan en grupos organizados que comparten metas en común y están bien definidas. Macagnan (2013) afirma que en las organizaciones los aspectos de la eficiencia o reglas son estudiadas por el nuevo institucionalismo y este está ayudando a explicar cómo influyen las reglas formales e informales, la estructura de gestión y las redes de relaciones sociales en estas.

Hernández (2011) menciona que Taylor en su obra estableció la necesidad de contar con estándares de producción y calidad en la administración. Este es considerado el padre de la administración científica al aplicar el método científico en su estudio de la empresa, específicamente la línea de producción. Sus aportaciones fueron varias, entre ellas los estándares de calidad, administración del personal, conceptualizó la productividad como el ahorro de tiempo en la producción, utilizó el axioma que hace referencia a que cualquier forma de trabajo siempre se puede mejorar y de su metodología de trabajo se derivó lo que se conoce como la mejora continua, donde se observan los procesos para optimizarlos pasando por una revisión de los mismos. Otra aportación de Taylor fue la que llamo autoridad lineal funcional, donde a cada departamento le asigno una autoridad especializada y junto con su axioma que hace referencia a que la autoridad funciona haciendo excepciones, la cual indica que el jefe solo debe intervenir cuando el trabajador falla o se desvía de lo establecido, creo una estructura departamental segregada en actividades específicas y con funcionamiento autónomo. Taylor afirma que estos principios se pueden aplicar a cualquier organización de cualquier tipo, incluyendo a las incubadoras y universidades, que se tratan en este trabajo.

La elección de la estructura organizativa debe ser contingente del contexto en el que se halla la organización. Contingencia significa que una cosa depende de otra. El enfoque de contingencia afirma que no existe una manera única de organizar y estructurar una empresa. La estructura más adecuada depende del contexto en el que la organización opere (Hodge, Anthony y Gales, 2003). Esto se utiliza como punto de partida para analizar los sistemas según el medio ambiente institucional que lo rodea y desde ahí partir a la hora de trabajar para entenderlos y modelarlos.

Katz y Rosenzweig (1972) reflexionan sobre la Teoría General de Sistemas (TGS) y su aplicación moderna dentro de la administración. En esa reflexión exponen la problemática de cómo se tiende a ver a los sistemas de dos formas, abiertos y cerrados. Esto puede crear dificultades al estudiar a las organizaciones ya que se puede perder de vista factores que no se toman en cuenta por esta visión limitada. Por otra parte, en vez de mirar a los sistemas como un todo, se tiende a pensar en subsistemas y estos se estudian siempre desde una sola disciplina o perspectiva. Los autores expresan que es muy común que los estudios de organizaciones que utilizan la TGS tienden a estudiarla desde su área de conocimiento y se concentran en los subsistemas, dejando fuera las interrelaciones que existen entre los subsistemas, desde otras áreas del conocimiento. Esto con la finalidad de evitar que el modelo sea muy complejo de estudiar. También se necesita establecer un límite, definir las fronteras del sistema a estudiar, ya que esto puede llevar a confundir al lector en cuestión de que nivel del sistema estamos estudiando (Kast y Rosenzweig, 1972).

En su trabajo Katz y Kahn (1978) exponen que el sentido común está antes que la ciencia, y este es la forma en que se busca entender y alterar a una organización. Esto se basa en dos suposiciones, que la ubicación y la naturaleza de la organización son definidas por el nombre y estereotipos populares y que la organización posee metas internas, porque estas fueron

establecidas por los fundadores, independientemente de la persona que esté al frente o que estas metas nacieron misteriosamente debido a la naturaleza del mismo sistema. Esto quiere decir que las organizaciones comúnmente nacen sin dirección y estructura, haciendo difícil la gestión y adaptación al entorno. Los autores proponen hacer uso de la información para entender a la organización. Para ellos el primer problema para entender a la organización o sistema social es la ubicación y la identidad. Se expresa estos dos problemas en cómo deben estudiar los límites, comportamientos y personas que pertenecen a la organización y hacen énfasis en separar lo que está dentro y fuera de la misma. La segunda característica es el carácter que le da a la organización su diseñador, líder o sus miembros clave. Explican que las ideas de los diferentes actores dentro de la organización pueden afectar el desarrollo de esta, debido a que no hay consenso en los objetivos entre personas. La definición que dan de organización Katz y Kahn (1978) es un mecanismo social que permite a un grupo de personas alcanzar un propósito establecido.

La empresa debería empezar con la definición de entrada, salida y funciones en vez de basarse en la razón racional del líder, que puede cambiar cada que los objetivos no se cumplen. El modelo que proponen los autores es que, las organizaciones sociales son sistemas abiertos en la que entradas de energías y la conversión en salida a más energía para la entrada consiste en transacciones entre la organización y el medio ambiente. Estos sistemas sociales se conforman de patrones de actividades que complementan o se interrelacionan con una salida o resultado. Se repiten y son duraderas a través del tiempo y espacio. Si el patrón de actividad solo se repite una sola vez o es impredecible entonces no es una organización. La estabilidad o recurrencia se puede analizar por medio de la entrada de energía al sistema, la transformación de esa energía dentro del sistema y el resultado como producto o energía de salida (Katz y Kahn, 1978). Una de las

preguntas que se busca responder con el análisis de TGS es si en realidad se está tratando con una organización debido a los patrones de resultados que se tienen. El modelo de la TGS se presenta en la Figura 5 elaborado por Chiavenato (2009).

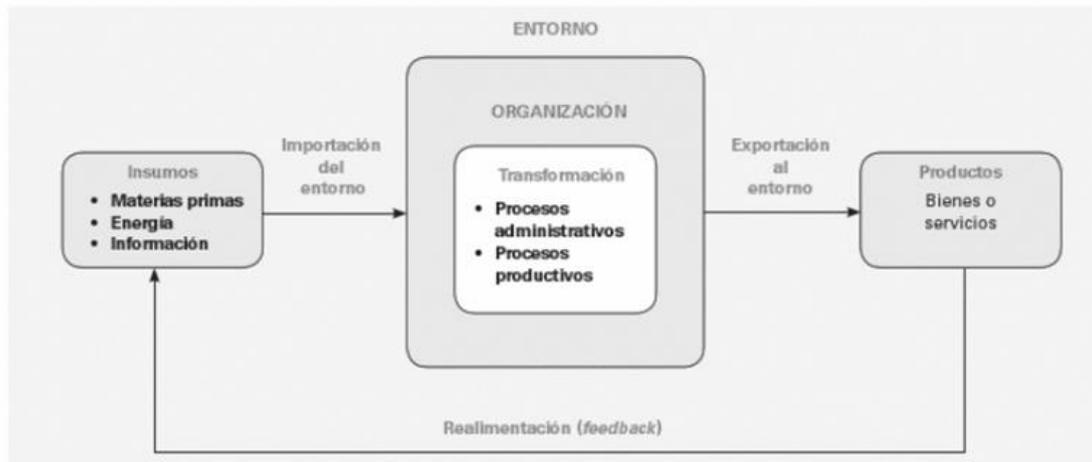


Figura 5. Modelo del funcionamiento de la TGS. Chiavenato, 2009.

En la fábrica el material puro y la mano de obra son la entrada de energía. Los patrones recurrentes de actividades de producción son la transformación y los productos finales son las salidas. Después existe un proceso de retroalimentación de energía, en la cual la salida se convierte en más energía que ingresa de nuevo al sistema, para que éste pueda ser recurrente, esto se visualiza en la forma de venta y compra. Se necesita dinero para poder comprar y por medio de la venta se obtiene ese recurso. Pero no siempre el dinero es el pilar que mueve a un sistema. Se pone el ejemplo de las universidades y agencias públicas depende del legado y la legislación. La teoría de sistemas se preocupa por los problemas de relaciones, de estructura y la interdependencia, en vez de los atributos de los objetos (Katz y Kahn, 1978).

La empresa organizada interactúa con diferentes elementos externos, como los sistemas de la industria a la que pertenece, sistema económico y sociedad. Se puede decir que pertenece a un sistema mayor. El enfoque expone que la empresa toma insumos, los transforma para

devolverlos al entorno como productos. A esto se debe agregar que el enfoque busca analizar cómo se transforman esos insumos en productos mediante la aplicación de las funciones administrativas de planeación, organización, integración del personal, dirección y control (Koont y Weihrich, 2013). En este apartado los autores antes mencionados consideran el entorno social y político del país al que pertenece la organización como parte del análisis, ya que estos afectan directamente a la organización.

La teoría general de sistemas (TGS) estudia a las organizaciones como sistemas sociales inmersos en otros sistemas que se interrelacionan y afectan entre sí. Así un sistema se define como un conjunto de elementos que se relacionan entre sí con un fin determinado y que forman un solo elemento. Todo el universo se puede conceptualizar como un sistema, por lo tanto, se puede analizar. Los elementos del sistema se dividen en insumo, proceso, productos y retroalimentación. Los sistemas se clasifican por su grado de interacción, composición material y objetiva, capacidad de respuesta, movilidad interna, predeterminación de su funcionamiento y grado de dependencia. Algo muy importante en la teoría general de sistemas es que la dirección juega un papel muy importante en el funcionamiento del sistema y que los productos pueden ser servicios que se generan dentro del proceso de producción del sistema (Hernández, 2011).

La TGS es un enfoque interdisciplinario que busca analizar la interacción del entorno con la empresa. Dando mucha importancia a que en la parte externa existen otros sistemas organizativos que interactúan con la empresa. Un sistema es un conjunto de elementos relacionados dinámicamente que trabajan en conjunto para alcanzar un objetivo. Los elementos que forman partes del sistema son llamados subsistemas. Los subsistemas pueden ser físicos o concretos o abstractos y conceptuales. Los sistemas cerrados, no se relacionan externamente con nada y los abiertos, se relacionan con el exterior. El aporte del enfoque de sistemas a la

administración es que la organización se puede ver como un sistema abierto en constante interacción con su entorno (Chiavenato, 2009).

La efectividad en la TGS es una de las variables de investigación más importantes y estas se pueden medir como el tiempo de vida de la organización. Por lo tanto, la TGS se enfoca en la supervivencia de la empresa y no se relaciona mucho con la efectividad del sistema en su ambiente. Pero ésta no es la única variable a considerar, la TGS debe de analizar por lo menos tres variables en relación a la efectividad de la organización, el medio ambiente, el nivel que tiene la organización como sistema y el nivel de los subsistemas (factor humano) dentro de la organización. Uno de los problemas más comunes al aplicar la TGS es la falta de delimitación al nivel de análisis y esto afecta para entender las relaciones entre los niveles. La TGS responde al estudio a nivel macro, en vista de los autores la TGS se enfoca en las características y relaciones en las organizaciones. A este nuevo nivel de abstracción se le llama por algunos autores, la vista de contingencia, patrones de relaciones o configuración entre subsistemas (Katz y Rosenzweig, 1972). Se debe de tener muy claro que con esta teoría se puede perder la perspectiva real del análisis, basándose solamente en una visión de supervivencia, cuando debería ser un análisis macro y relacional entre subsistemas que componen el súper sistema. Pero también se debe tener cuidado de no querer abarcar más de lo que se puede estudiar por las restricciones de tiempo y recurso.

Siguiendo las ideas de Katz y Rosenzweig (1972), la visión sistémica puede ayudar a entender la relación entre las diferentes áreas de la organización. Esto es analizar las conexiones y relaciones y evitar el aislamiento de las partes para poder tener una mayor claridad del sistema como un todo (Prim, Valdati, Dandolini y Alves, 2017).

Una de las principales aportaciones de la TGS es el rechazo a ver a la organización como un sistema cerrado o con forma mecánica (Kast y Rosenzweig, 1972). A esto Prim, Valdati, Dandolini y Alves (2017) en su estudio de incubadoras sociales identifican que la incubadora en general es un sistema abierto y complejo. Los autores antes mencionados destacan que la visión sistemática puede ser utilizada para analizar el contexto organizacional, con la finalidad de unificar los objetivos estratégicos. Esto es llevar a todos los involucrados a colaborar y comprometerse con el resultado final. Por últimos los autores hacen énfasis en la importancia de que los sistemas abiertos deben enfocarse en las relaciones externas, entre ellas la comunidad en el caso de organizaciones como incubadoras, ya que de ahí viene los problemas sociales a resolver, estos se identifican como emprendimientos.

La European Commission Enterprise Directorate General (2002) plantea un modelo de incubadoras utilizado en la unión europea como base para crear estas organizaciones. En ella presenta un modelo basado en la teoría de sistemas donde plantea tres elementos claves, entrada, proceso y salida. La entrada son los recursos que se necesitan, como los que proveen el financiamiento (instituciones), proyectos de emprendedores, recursos de administración. En procesos se tiene son los servicios de la incubadora y el espacio que utiliza. Salida es la cantidad de compañías que lograron graduarse y que generan trabajos e impactan en la economía local.

Para la European Commission Enterprise Directorate General los aspectos más importantes para evaluar en las incubadoras se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1

Criterios a evaluar en la incubadora. Fuente: European Commission Enterprise Directorate General, 2002.

Criterio	Descripción
Eficiencia	La relación entre la entrada financiera y las salidas, todo esto en relación al dinero invertido y los resultados obtenidos.
Eficacia	La relación demostrable de cómo los objetivos se están cumpliendo según las salidas.
Relevancia	Los objetivos o salidas afectan y promueven políticas.
Utilidad	La forma en que los servicios satisfacen las necesidades de los clientes.
Sustentabilidad	La sustentabilidad de las operaciones y la durabilidad de las salidas logradas.

En su trabajo Rivero (s.f.) presenta un modelo de evaluación del desempeño de las incubadoras, en el identifica tres constructos, impacto a la comunidad, desarrollo de las empresas incubadas y administración de la incubadora. En la Tabla 2 tenemos la relación de los constructos y las dimensiones evaluadas.

Tabla 2

Constructo y dimensiones del modelo para evaluar el desempeño de la incubadora. Fuente: Rivero, s.f.

Constructo	Dimensión
Impacto a la comunidad	Promover la cultura emprendedora.

	Transferencia de conocimiento.
	Potenciar las ideas innovadoras.
	Desarrollo económico de la región.
Desarrollo de las empresas incubadas	Acceso a fuentes de financiamiento.
	Internalización de empresas incubadas.
	Empresas de alto crecimiento.
Administración de la incubadora	Servicio de incubación ofrecidos.
	Redes de mentores.
	Administración de incubadoras.

En su trabajo Theodorakopoulos, Kakabadse y McGowan (2014) identifican de la literatura cuales son los indicadores para medir la eficacia de las incubadoras. Entre ellas detectan que McCluskey en 1990 identifico como indicadores la ocupación, trabajos creados y firmas graduadas. Phillips en 2002 en relación con McCluskey agrega tres indicadores más, ingreso del inquilino, numero de aplicaciones para patentes por firma y numero de negocios discontinuados. Chan y Lau en 2005 adoptaron nueve indicadores, ventajas de la agrupación de recursos, compartición de recursos, consulta de servicios, efectos positivos de una imagen pública alta, ventajas de redes, efecto de clúster, proximidad geográfica, costos de subsidios y soporte de financiamiento. Por otra parte, en el trabajo de los autores antes mencionados identifican el trabajo seminal sobre incubadoras de Smilor and Gill de 1986 que identifican 10 factores que llevan al éxito de la incubadora. Experiencia de negocios en sitio, acceso al financiamiento y capitalización, soporte financiero interno, soporte de la comunidad, redes de emprendimiento, educación de emprendimiento, percepción de éxito, proceso de selección de inquilinos, lazos con una universidad o programa con políticas claras, procedimientos y metas.

El Monitor Global de Emprendimiento (2016) utiliza un modelo muy complejo de investigación, cabe destacar que esta organización evalúa el emprendimiento a nivel internacional. En su modelo presenta que evalúa el contexto social, cultural, político y económico, aplicado a nivel nacional. En el marco de condiciones de la Actividad Emprendedora utiliza los indicadores financiamiento, políticas gubernamentales, programas especializados de promoción al emprendimiento, educación empresarial, transferencia de los resultados derivados de la investigación y desarrollo, infraestructura comercial y legal, dinámica de los mercados y barreras de entrada, infraestructura física y normas sociales y culturales. En una segunda parte evalúa los valores de la sociedad hacia el emprendimiento que como indicadores tienen las características demográficas, género, edad, educación y nivel de ingresos. También evalúa la autopercepción del individuo. El tercer punto a evaluar son los motivos para participar en la actividad emprendedora.

En este apartado se presenta la justificación del uso de la TGS para el análisis del problema que se trata en este trabajo doctoral. El uso de esta teoría es solo para analizar y representar de una forma más clara el sistema de la incubadora universitaria de las dos instituciones universitarias seleccionadas, UABC y UNISON. También sirve para justificar el estudio de estas organizaciones y se presenta cuáles son las variables que otros autores e instituciones utilizan para medir los resultados de estas organizaciones, en este sentido se busca evitar el problema de evaluar supervivencia y se enfoca más en la evaluación de resultados. En la figura 6 se puede ver una representación de un modelo de los sistemas involucrados en el problema. Empezando por el súper sistema que representa el país y pasando a los sistemas que representan las instituciones. Los estados tienen sus propios súper sistemas y estos interactúan con los súper sistemas a los que

pertenecen. De ahí los sistemas universitarios se incrustan e interactúan con los subsistemas que los componen, entre estos los sistemas de incubadoras.

Modelo de sistemas

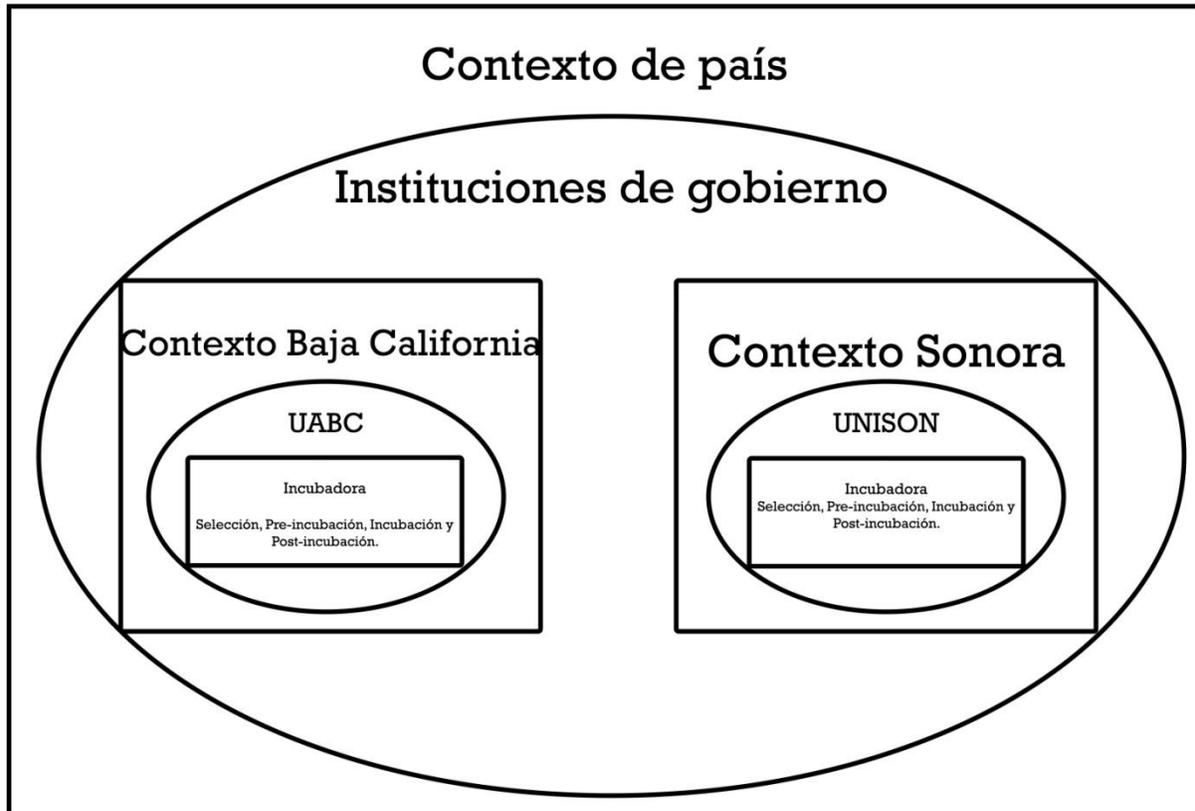


Figura 6. Modelo de sistemas involucrados en el problema. Elaboración propia.

EMPREDIMIENTO

Emprendimiento se deriva de una palabra francesa, “entrepreneur”, la cual se utilizaba en el ámbito militar para identificar a los hombres que se relacionaban con expediciones militares. Después se usó para identificar a otras personas con diferentes trabajos que se dedicaban comúnmente a la aventura en el área de construcción. En el área económica el autor Proaño (2015) identifica autores que definen la palabra como el proceso de afrontar la incertidumbre. Para Oliver y Gutiérrez-Benet (2016) es la capacidad de una persona de traducir sus ideas en

acciones, lo que implica ser creativo, tomar iniciativa, innovar, asumir riesgos y gestionar proyectos personales y profesionales para alcanzar sus objetivos. En este apartado podemos identificar diferentes tipos de emprendimientos, empresariales o negocio, sociales, políticos, etc. Cada uno con sus propios objetivos (Moreno, 2015). Dentro de las mismas organizaciones se puede presentar emprendimiento, a este se le denomina emprendimiento corporativo, estratégico y spin-offs (Hayton, George y Zahra, 2002). La palabra emprendimiento puede generalizar en pocas palabras la capacidad de una persona de tomar acción para cumplir un objetivo, teniendo en cuenta que existe cierto grado de riesgo involucrado.

Aquí se debe tomar en cuenta que no existe una definición de emprendimiento aceptada formalmente por la comunidad académica o científica (Castillo-Palacio, Batista-Canino y Zuñiga-Collazos, 2017). Esto dificulta el explicar el fenómeno y dar respuesta. Pero lo que se sabe es que muchas de estas definiciones comparten elementos comunes que permiten el estudio del fenómeno.

El concepto de emprendimiento empresarial o de negocio es definido como el resultado de identificar una oportunidad de negocio, producto o servicio y que lo pone en marcha, llevando un proceso de planeación y recolección de recursos necesarios para montar el negocio. Este se aplicó en los Estados Unidos de América durante la recesión de los años 60, en donde se daba prioridad a la creación de una empresa que al empleo (Proaño, 2015). Esto suena coherente ya que estas empresas nuevas generarían los nuevos empleos necesarios para la población desempleada en el momento.

Entonces tenemos que un emprendedor es un individuo que crea un negocio a partir de una nueva idea o agrega valor a una ya existente, para lo cual el emprendedor es un creador, tomador

de riesgo que trae un cambio a la sociedad, con la ayuda de la tecnología, capital humano entrenado y obtiene un beneficio (Sajjad, Shafi y Dad, 2012). Para el autor Proaño (2015) el emprendedor es la persona que empieza una actividad, de cualquier tipo.

El emprendedor debe saber evaluar y aprovechar las oportunidades que se le presentan, pasando por diferentes etapas, a las cuales se le denomina proceso emprendedor. Este proceso involucra diferentes factores, como lo son situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, entre otros (Proaño, 2015). Esta definición coincide con los autores Fuentelsaz y González (2015) de que el ambiente económico, político y social de un país juega un papel importante en el desarrollo de los emprendedores y el mismo emprendimiento, siendo estos elementos claves que intervienen en el proceso emprendedor. El proceso emprendedor incluye tres etapas según se cita en el estudio de Tominc y Rebernik (2007), el proceso de descubrir, evaluar y explotar las oportunidades.

Hay estudios que hablan sobre el análisis del individuo y existen modelos como el espíritu emprendedor (Freire, 2016; Durán, Parra y Márceles, 2015; Paredes y Flores, 2015; Olmos y Castillo, 2007) e intención emprendedora (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016), que explican desde un aspecto psicológico y emocional cual es la razón para que una persona busque emprender un negocio.

INTENCIÓN EMPRENDEDORA

La teoría del comportamiento planeado fue desarrollada por Ajzen en 1991 y plantea que para predecir un comportamiento el individuo debe presentar ciertos rasgos psicológicos y responder a ciertas razones sociales, esto es lo que lleva a ejecutar un comportamiento (Conner y Armitage, 1998; Montano y Kasprzyk, 2015). El modelo de Ajzen propone que el comportamiento se ve

afectado por tres componentes claves, actitud, norma subjetiva y control percibido. Estos tres factores crean una intención la cual precede al comportamiento, que es el resultado del análisis previo del individuo antes de ejecutar realmente el comportamiento (Ajzen, 2006). A más intención más posibilidades de ejecutar un comportamiento, pero esto no es seguro, ya que, si el individuo no siente que tiene el control para realizar el comportamiento, este puede no ejecutarlo (Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018). En la Figura 7 se puede visualizar el modelo original de Ajzen.

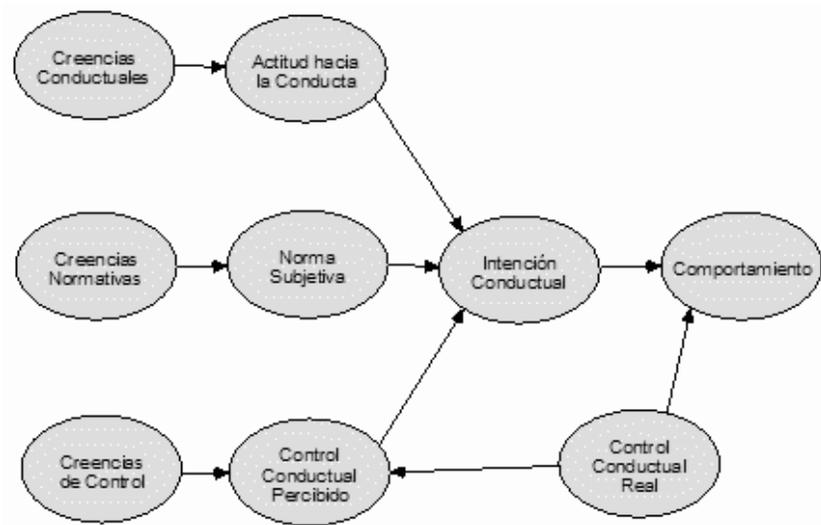


Figura 7. Modelo de Comportamiento Planeado (TCP). Ajzen, 2006.

La intención se define como la motivación de un individuo por ejecutar un comportamiento y que se encuentra fuertemente vinculada con el control de la intención sobre este (Conner y Armitage, 1998; Montano y Kasprzyk, 2015). En la Tabla 3 se presenta el resumen de las dimensiones de Ajzen.

Tabla 3.

Descripción de dimensiones de la teoría del comportamiento planeado que se utiliza en el modelo de intención emprendedora. Elaboración propia.

Dimensión	Definición conceptual
Control percibido de comportamiento/autoeficacia	Las personas se comportan según sus capacidades. Toma en cuenta el ambiente, habilidades, recursos, etc. Medio ambiente (QUIEN). Se refiere a la facilidad o dificultad de ejecutar un comportamiento (Ajzen, 1991). Entre más recursos y oportunidades crea tener el individuo, menores obstáculos anticiparán y mayor percepción del control sobre el comportamiento tendrán.
Intención de comportamiento	Que tan motivado/a esta la persona para realizar un comportamiento (Ajzen, 1991).
Actitud hacia el comportamiento	Es la evaluación favorable o desfavorable que tiene una persona hacia dicho comportamiento (Ajzen, 1991).
Norma subjetiva	Es el factor social que se refiere a la presión social percibida por un individuo al realizar o no un comportamiento en particular (Ajzen, 1991).

Cuando Ajzen desarrolló la Teoría del Comportamiento Planeado (TCP) propuso su modelo que integra tres constructos, pero dejó abierta la posibilidad de integrar más constructos al modelo que permitan medir la intención en diferentes áreas. Determinó que existían variables que pueden afectar en la intención de un individuo según el contexto en el que se realice la medición (Ajzen, 2006; Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018). De ahí varios estudios integran diferentes constructos al modelo que permiten medir la intención en esos diferentes contextos. Este modelo es usado en estudios de salud, seguridad en el trabajo y de emprendimiento entre otros (Montano y Kasprzyk, 2015).

La intención emprendedora es un modelo que se basa en el de Ajzen y es usado para medir cual es el grado de intención que tiene un individuo para ejecutar un comportamiento emprendedor y cuáles son los factores más significativos que afectan la ejecución de dicho comportamiento (Montano y Kasprzyk, 2015). Varios autores coinciden que este modelo explica de manera

significativa la intención de un individuo por emprender (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016; Osorio y Londoño Roldán, 2015).

A continuación, se definen los constructos utilizados por algunos autores en sus estudios que involucran la TCP.

Creencia prominente explica que las personas pueden tener un número grande de creencias sobre un comportamiento en particular. Pero en solo algunas de esas en algún momento pueden ser prominentes.

El comportamiento pasado y hábito, es el comportamiento que se tiene en el pasado y que afecta el comportamiento del futuro, mientras que el hábito es repetir un comportamiento.

Control percibido de comportamiento/autoeficacia que son factores internos (destrezas, habilidades, conocimiento y planeación adecuada) y externos (tiempo, oportunidad y dependencia en la cooperación de otros) puede intervenir en el control que se tiene sobre el comportamiento buscado (Davies et al., 2002). Dentro de la TCP el control percibido del comportamiento (CPC) es la percepción que tiene la persona de que tan difícil o fácil es el comportamiento. Un concepto similar al de Bandura's (1982), en el cual el concepto de autoeficacia se ve el control como la continua ejecución de un comportamiento sencillo por una parte y los objetivos del comportamiento que necesitan recursos, oportunidades y habilidades especializadas (Conner y Armitage, 1998). El control percibido es determinado por el control de creencias, que son la presencia o ausencia de facilitadores o barreras de la ejecución del comportamiento, sopesadas por su poder percibido o el impacto de cada factor de control para facilitar o inhibir el comportamiento (Montano y Kasprzyk, 2015). Se vincula a la variable de

autoeficacia emprendedora, que es la capacidad que posee el sujeto, para determinar si se considera eficaz para crear y gestionar su propia empresa (Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro,2016).

Normas morales es la percepción que tiene el individuo de lo correcto o incorrecto que es la realización de un comportamiento (Ajzen, 1991). Los propios valores sociales determinados y validados socialmente adjuntos a un comportamiento (Manstead, in press).

Identidad propia es la parte que destaca en un actor que le permite identificarse con un comportamiento en particular. Refleja la extensión en lo que un actor se ve en él o ella cumpliendo con los criterios para cierto rol en la sociedad, ejemplo: Aquel que está preocupado por los problemas verdes (Sparks y Shepherd, 1992, p. 392).

Afecto es el resultado emocional al realizar un comportamiento. Un ejemplo de esto es el evaluar el arrepentimiento por adelantado (Parker et al., 1995; Richard, deVries, yvan der Pligt, 1998; Richard, van der Pligt, y de Vries, 1995, 1996a, 1996b).

Actitud hacia el comportamiento es la actitud es determinada por las creencias individuales sobre el resultado y los atributos de ejecutar el comportamiento (creencias de comportamiento) (Montano y Kasprzyk, 2015).

Norma subjetiva es la influencia que tienen sobre el comportamiento las personas cercanas al individuo (Davies et al., 2002).Las intenciones también se relacionan con las normas subjetivas, las cuales son la percepción de lo que las personas cercanas piensan si debería o no realizar el comportamiento (Conner y Armitage, 1998).La norma subjetiva de una persona es determinada por sus creencias normativas, esto es si existen personas importantes que aprueben o

desaprueben la ejecución de ese comportamiento, sopesando por su motivación para quedar bien con esas personas (Montano y Kasprzyk, 2015).

Norma personal se define como la fuerte actitud moral interna del individuo, que es distinta de la norma subjetiva en la consecuencia de que al violar o mantener está sujeto a el concepto personal (Davies et al., 2002).

Conocimiento relativo-comportamiento es saber cómo realizar el comportamiento buscado, determinar la responsabilidad del acto buscado y evaluar la efectividad percibida del acto del comportamiento (Davis et al., 2002).

Demográficas son datos de los individuos, como sexo, edad, región, país, etc.

Educación emprendedora es como menciona Chapa (2008), entre los beneficios que otorgan a los estudiantes la educación emprendedora está el detectar y promover las vocaciones empresariales, favorecer el autoempleo, orientar la vocación profesional de los participantes, vincular al sector productivo con el sector educativo (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo2016).

Creencia de control es la percepción de factores que faciliten o inhiban el comportamiento se llama creencias de control. Estos factores incluyen factores internos de control (información, deficiencias personales, habilidades, destrezas, emociones, etc.) y factores externos de control (oportunidades, dependencia en otros, barreras, etc.). Las personas que perciben que tienen acceso a los recursos y ven que existe una oportunidad (falta de obstáculos) para realizar un comportamiento, son los más propensos a tener un alto grado de CPC (Conner y Armitage, 1998).

A continuación, se presentan las definiciones conceptuales de las variables utilizadas en diferentes investigaciones que miden la intención emprendedora.

Creencia prominente son las creencias prominentes las que se cree determinan la actitud de una persona. (Conner y Armitage, 1998).

Control percibido de comportamiento/autoeficacia se toma en cuenta el ambiente, habilidades, recursos, etc. Factores internos (destrezas, habilidades, conocimiento y planeación adecuada) y externos (tiempo, oportunidad y dependencia en la cooperación de otros) puede intervenir en el control que se tiene sobre el comportamiento buscado (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Conner y Armitage, 1998; Montano y Kasprzyk, 2015; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016; Ajzen, 2006; Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009).

Normas morales son los propios valores sociales determinados y validados socialmente adjuntos a un comportamiento (Conner y Armitage, 1998)

Identidad propia se refleja la extensión en lo que un actor se ve él o ella cumpliendo con los criterios para cierto rol en la sociedad (Conner y Armitage, 1998).

Afecto es el resultado emocional al realizar un comportamiento (Conner y Armitage, 1998).

Intención de comportamiento es que tan motivado/a esta la persona para realizar un comportamiento (Ajzen, 2006; Conner y Armitage, 1998; Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018; Montano y Kasprzyk, 2015; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009).

Actitud hacia el comportamiento es la actitud es determinada por las creencias individuales sobre el resultado y los atributos de ejecutar el comportamiento (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-

Campo2016; Conner y Armitage, 1998; Montano y Kasprzyk, 2015; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016; Ajzen, 2006; Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009).

Norma subjetiva es el factor social que se refiere a la presión social percibida por un individuo al realizar o no un comportamiento en particular (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Conner y Armitage, 1998; Montano y Kasprzyk, 2015; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016; Ajzen, 2006; Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009).

Norma personal se define como la fuerte actitud moral interna del individuo, que es distinta de la norma subjetiva en la consecuencia de que al violar o mantener está sujeto al concepto personal. (Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018).

Conocimiento relativo-comportamiento es saber cómo realizar el comportamiento buscado, determina la responsabilidad del acto buscado y evaluar la efectividad percibida del acto del comportamiento (Li, Zuo, Cai y Zillante, 2018).

Educación emprendedora es detectar y promover las vocaciones empresariales, favorecer el autoempleo, orientar la vocación profesional de los participantes, vincular al sector productivo con el sector educativo (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016).

Creencia de control son factores internos de control (información, deficiencias personales, habilidades, destrezas, emociones, etc.) y factores externos de control (oportunidades, dependencia en otros, barreras, etc.), (Conner y Armitage, 1998).

Exposición previa en actividades emprendedoras es la exposición repetida del individuo a un objeto de estímulo mejora su actitud hacia este (Osorio y Londoño Roldán, 2015).

Cultura emprendedora es la cultura es definida como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, realización y renovación de valor (Rodríguez y Chávez, 2015).

Para medir la intención emprendedora se han propuesto varios instrumentos. En la Tabla 4 se presentan una revisión de algunos de estos instrumentos.

Tabla 4. Resumen de instrumentos de medición IE. Elaboración propia.

Cuestionario	Descripción	Fuente
Cuestionario de intención emprendedora para estudiantes universitarios de Chile	Consta de preguntas tipo Likert de 7 puntos y dicotómica. Las variables que mide son intención emprendedora, variables demográficas, capacidad percibida y educación emprendedora.	Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016.
Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE; Rueda et al., 2015)	Instrumento elaborado por Rueda et al, 2015. Consta de preguntas de tipo Likert de 7 puntos. Las variables que mide son Actitud (Alfa de Cronbach=0.82), Norma subjetiva (Alfa de Cronbach=0.83), Autoeficacia emprendedora (Alfa de Cronbach=0.77) e Intención emprendedora (Alfa de Cronbach=0.91).	Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017.
Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ)	Basado en la integración de otros cuestionarios que miden intención en áreas como psicología, literatura emprendedora y evidencia empírica. Sigue las recomendaciones de Ajzen de 2002. Las preguntas son tipo Likert de 7 puntos. Las variables que mide son Actitud hacia el comportamiento, Norma subjetiva, control de comportamiento percibido o autoeficacia e intención.	Rueda, Moriano y Liñán, 2015. Liñán y Chen, 2009.
Cuestionario de Intenciones Empresariales (CIE; F. Liñán, 2005) y Cuestionario de Valores e Intenciones Empresariales (VIV; S. Rueda, J. Moriano y F. Liñán, 2015).	El CIE está basado en escalas de Likert de 7 puntos. Con cuatro dimensiones: Actitud hacia el Emprendimiento, Norma Subjetiva, Conducta Percibida e Intención Emprendedora. El VIE consta de preguntas tipo Likert de 7 puntos y se compone de seis dimensiones: Valores, Actitudes, Autoeficacia Emprendedora, Norma Subjetiva, Intención Emprendedora y Tipo de Emprendedor. Alfas de Cronbach de 70% a 95%.	Riquelme, Ortiz Álvarez y Baro, 2016.
Cuestionario actitud emprendedora UNISON-UABC 16 abril 2018.	Cuestionario con preguntas Likert de 5 puntos. Busca medir la Intención emprendedora (Alfa de Cronbach de .861) Perfil Psicológico, Perfil personalidad, Perfil emprendedor y Apoyo académico institucional. El instrumento presenta un Alfa de Cronbach de 84%.	Delgado, Robles y Vázquez, 2017.

Para medir la intención emprendedora así como los cinco componentes propuestos en el modelo previamente elaborado (actitud, norma subjetiva, autoeficacia, apoyo a la cultura emprendedora y rol del maestro) se empleó un cuestionario de Medición de Intención Emprendedora para Alumnos que cuentan con Incubadora Universitaria o MIEAIU que se construyó utilizando parte del cuestionario para medir la intención emprendedora de Liña y Chen (2009) el cual mide los tres componentes de la teoría de Ajzen y que explica el 55% de la varianza para ejecutar un

comportamiento emprendedor (Rueda, Morianoy Liñán, 2015). La justificación de utilizar un cuestionario previamente desarrollado, es que, por los resultados de medición de la intención emprendedora anteriores, siendo el cuestionario antes mencionado uno de los que más explica la varianza de los componentes sobre la intención. También los autores del cuestionario plantean la necesidad de tener instrumentos estandarizados de medición que permitan aplicarse en diferentes contextos y obtener resultados comparables (Liña y Chen, 2009).

ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Algunos autores utilizan el modelo del espíritu emprendedor para estudiar el fenómeno emprendedor en individuos, este se define como las características que manifiestan los individuos hacia una forma de pensar y actuar en referencia al aprovechamiento de oportunidades (Ornelas, Contreras, Silva y Rodríguez, 2015). El espíritu emprendedor también es definido como la capacidad de una persona de pensar, razonar y actuar según las oportunidades que se presentan, con una visión y liderazgo, siempre calculando y administrando el riesgo (Galindo y Echavarría, 2011; Durán, Parra y Marceles, 2015; Carmona et al., 2017). También se puede definir como la motivación y la capacidad de un individuo de aprovechar una oportunidad para crear algo nuevo de valor u obtener beneficio económico (Doğan, 2016). Otros autores la definen como las características que manifiestan los individuos hacia una forma de pensar y actuar en referencia al aprovechamiento de oportunidades (Ornelas et al., 2015). De este modelo se identifica a un emprendedor que se enfoca en la innovación, el “espíritu emprendedor” es el que permite desarrollar proyectos innovadores o de oportunidad para obtener un beneficio y este no siempre es económico. Lo que se debe aclarar es que no todas las personas tienen las mismas particularidades cuando deciden emprender para crear una nueva empresa, pero existen diferentes características que pueden tener algunas personas y otras

no, por lo que el espíritu emprendedor se puede considerar como sinónimo de innovación y creatividad (Paredes y Flores, 201).

Los autores Durán, Parra y Marceles (2015) destacan un elemento importante en el tema de emprendimiento, la educación y la formación hacen la diferencia entre los emprendedores y los no emprendedores. Desde esta perspectiva se vislumbra la importancia que tiene la educación en este proceso emprendedor y en la formación de emprendedores.

CULTURA EMPRENDEDORA

LA cultura, que es definida como el conjunto de creencias, valores, normas y suposiciones que tiene una comunidad y que marca el comportamiento, el cual utiliza un lenguaje, símbolos o narrativa para ejecutarlo (Galindo y Echavarría, 2011). Hofstede (1991) define la cultura como “una programación colectiva del pensar que distingue a los miembros de un grupo de otro o categorías de personas de otras”. La cultura también es definida como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, realización y renovación de valor (Rodríguez y Chávez, 2015). La cultura se reduce a constructos mentales que se comparte por una sociedad y que son adquiridos con el tiempo. Estos constructos ayudan a identificar que comportamientos están bien y mal en algunas situaciones sociales. La cultura tiene que ver con el país, la región, las personas, las habilidades, que son definidas como las destrezas, diplomacia, capacidad, competencia y aptitud, en pocas palabras como se desenvuelve una sociedad y lo que esta marca a sus habitantes como correcto (Durán, Parra y Marceles, 2015). Fuentelsaz y González (2015) mencionan en su trabajo que la cultura forma parte de un contexto institucional, pero este abarca más elementos, como las normas, regulaciones económicas, dentro de la cultura que marca la misma sociedad tenemos un elemento importante que es la predisposición de poner en marcha nuevas empresas o el nivel de

educación de los individuos de la sociedad. Esto genera diferentes culturas y que pueden ser sencillas de predecir en algunos casos específicos o contextos (Abzari y Safari, 2010).

Para poder explicar las dimensiones que abarca la cultura se citan algunos autores como Doğan (2016), Abzari y Safari (2010), que utilizan el modelo de Hofstede que define a la cultura como un constructo con cuatro dimensiones, distancia de poder, masculinidad, individualismo y rechazo a la incertidumbre. Siendo la distancia de poder la diferencia que existe entre individuos con poder y como lo utilizan, dando pie a la diferenciación entre clases sociales y el acceso a los recursos y oportunidades. La masculinidad es la diferencia que hay entre las culturas, siendo la masculina, estricta y formal y la femenina la paternalista y flexible. La individualidad se refiere a la forma en que el individuo toma acciones, de forma solitaria e independiente o colectiva y dependiente. Por último, el rechazo a la incertidumbre se define al rechazo al cambio, a la innovación y al tomar riesgos. A continuación, se presenta la Tabla 5 con un resumen de las de las diferencias que se ven en la organización según el tipo de cultura que se tiene. Este modelo fue creado específicamente para medir la cultura en las organizaciones., pero el modelo de Hofstede es utilizado también para medir el impacto de las dimensiones culturales en el emprendimiento en la sociedad. Este autor presenta una taxonomía de dimensiones significativas dentro de la cultura. Este es uno de los autores más citados en la literatura (Hayton, George y Zahra, 2002).

Tabla 5.

Resumen descriptivo de dimensiones culturales de Hofstede. Elaboración propia con base en el artículo de Abzari y Safari, 2010.

Dimensión	Puntaje Bajo	Puntaje Alto
Distancia al poder	El poder se adquiere por medio de conocimiento y méritos. La confianza y la cooperación son altamente valoradas. Se trata de minimizar la inequidad. Empleados independientes.	Se adquiere poder por privilegio y posición social. Una brecha entre los que están en el poder y los que no. Estructuras organizaciones jerárquicas. Empleados sumisos
Rechazo a la incertidumbre	Organizaciones informales. Se ven más organizaciones pequeñas. La lealtad al empleado es menor. Toma de decisiones individuales. Tolerancia al cambio.	Organizaciones formales. Se depende de reglas procedimientos. Organizaciones más grandes y con más lealtad de los empleados. Toma de decisiones grupales y resistencia al cambio.
Individualismo	Preferencia de lo colectivo. Identidad basada en la pertinencia de un grupo social. Preferencia de organizaciones grandes y dependencia emocional de estas. Iniciativas individuales al mínimo y normalización para tomar decisiones grupales.	Auto-orientación. La identidad se da en base a la experiencia propia. Se prefiere organizaciones pequeñas. Mejor valoración de la iniciativa individualista. Toma de decisiones individual.
Masculinidad	Seguridad y relaciones sociales en el trabajo. Mejor valoración de la toma de decisiones grupales. Baja capacidad de progresar. El progreso se da en base a relaciones humanas.	Progreso y reconocimiento en el área de trabajo. Valoración de lo individual. Progreso sobresaliente. El reconocimiento se da en la reputación y riqueza.

Aquí se destaca en su revisión literaria de Castillo, Batista y Zuñiga (2017) que identifican las dimensiones que afectan al emprendimiento son: distancia al poder, rechazo a la incertidumbre, colectivismo 1 y 2, asertividad y orientación humana. Estos explican el modelo de Hofstede fue

diseñado para evaluar el efecto cultural en la sociedad. El Programa Global de Liderazgo y Organización o GLOBE por sus siglas en inglés, busca evaluar el impacto de la cultura sobre el liderazgo, pero los autores antes mencionados buscan la utilización de este último modelo sobre el emprendimiento. En la Tabla 6 se muestran las dimensiones del modelo revisado por los autores mencionados que se deriva de la propuesta que hace el Programa Global de Liderazgo y Organización por sus siglas en inglés GLOBAL.

Tabla 6.

Resumen y descripción de dimensiones del modelo propuesto por GLOBE. Elaboración propia en base al artículo de Castillo, Batista y Zúñiga de 2017.

Dimensión	Descripción
Distancia al poder	Es la expectativa de una sociedad de que el poder se distribuya equitativamente.
Rechazo a la incertidumbre	El grado en que la sociedad busca orden, consistencia, estructura y formalidad en el procedimiento y leyes. Aquí se incluye la resistencia al cambio.
Colectivismo 1	El grado en que se promueve a los individuos por parte de las instituciones a formar grupos sociales.
Colectivismo 2	Es el grado de lealtad y orgullo que siente el individuo a su familia, amigos y organizaciones de las cual es miembro.
Asertividad	Es el grado en que los individuos son asertivos, agresivos y confrontan en las relaciones sociales.
Orientación humana	Es el grado en que los individuos buscan la equidad de recompensa, altruista, amigable y generosa con otros.

Naranjo y Calderón (2015) hacen referencia a otros autores que identifican a la cultura como una forma de estimular la innovación dentro de las organizaciones, siendo la innovación un factor clave en el éxito de un emprendimiento. Este apartado se hace una vinculación entre la importancia de la innovación en el emprendimiento y la relación de esta con la cultura (Proaño,

2015). Los autores Durán, Parra y Marceles (2015) plantean la relación que existe entre cultura y la innovación y creatividad, siendo la cultura de nuevo un precursor de la innovación.

Los valores culturales pueden determinar la aceptación que tiene una sociedad con respecto al emprendimiento, al tomar riesgos y pensar de forma independiente, aquí destacan dos tipos de culturas, la que aprecia y recompensa la innovación radical en donde pueden existir riesgos, que se denomina individualista o la que está más sujeta a tradiciones y reglas, intereses particulares y control sobre el futuro que se denomina colectiva (Doğan, 2016). Esto es soportado por Eroglu y Piçak (2011), los autores mencionados afirman que los valores culturales indican el grado de aceptación o rechazo que presenta una sociedad en relación a la toma de riesgos y pensamiento independiente.

Proaño (2015) se refiere a la cultura del emprendimiento basado en la definición dada por otros autores, de cual interpretamos como un tipo paradigma que permite realizar actividades de cierta forma y que permita dar un estilo único que distingue a los emprendedores de otros. Aquí se menciona también que este concepto va creciendo con el tiempo y un gran número de autores hacen su aportación en forma de dimensiones que permiten medir como afecta la cultura emprendedora a los individuos, esto se traduce en instrumentos de medición que permiten valorar el efecto real de las acciones tomadas por los gobiernos e instituciones en el individuo (Oliver y Gutiérrez-Benet, 2016). La cultura emprendedora es la combinación de valores personales, habilidades administrativas, experiencias y comportamientos que describen al emprendedor y que se puede definir en términos de espíritu emprendedor, manejo de riesgos y capacidad de innovar (Doğan, 2016). Para los autores la cultura emprendedora es tomar decisiones con algún riesgo con la finalidad de crear empresas en donde existe un alto riesgo de fracaso (Rodríguez y Chávez, 2015).

Aquí podemos definir lo que es el apoyo a la cultura emprendedora, la cual define en su artículo Messina y Hochsztain (2015), como las acciones de sensibilizar, diseñar y administrar un negocio. Este trabajo se puede realizar desde las instituciones, siendo la escuela de educación superior una de los actores principales en el apoyo a la cultura emprendedora, sin dejar a la incubadora de negocios que es otro actor relevante el cual no se tratara en este trabajo.

Otra definición importante es la de educación emprendedora que define la Comisión de las Comunidades Europeas del 2006 como “la habilidad de un individuo para convertir ideas en actos. Incluye la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como la habilidad para planificar y gestionar proyectos destinados a lograr objetivos. Es un apoyo para todos en la vida cotidiana del hogar y en la sociedad, hace que el empleado sea más consciente del contexto de su trabajo y más capaz de aprovechar sus oportunidades, es la base sobre la que los empresarios pueden establecer una actividad social o comercial”. La educación emprendedora trata de formar individuos creativos con pensamiento crítico, capaces de resolver problemas, detectar oportunidades y explotarlas, no solo crear empresas o dirigir (Peña Calvo et al., 2015).

También se debe definir que es la teoría institucional, la cual algunos autores utilizan para explicar parte del contexto cultural. North (1990) define a las instituciones como “Las reglas del juego de una sociedad o, más formalmente, son las restricciones creadas por el hombre que dan forma a las interacciones humanas. En consecuencia, estructuran los incentivos en el intercambio humano, sea político, social o económico. El cambio institucional determina la forma en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo y, por lo tanto, es la clave para entender el cambio histórico”. En esta teoría destaca que las empresas son grupos complejos que son regidas por reglas, metas y conductas que pueden ser conflictivas. Todo esto responde a la presión que se puede ejercer desde la sociedad por parte de las creencias convencionales o institucionalizadas.

Esto puede resultar en repetir prácticas antiguas o copiar experiencias de casos de éxito (Hodge, Anthony y Gales, 2008). Macagnan (2013) continua con las ideas de Douglas al hacer referencia de que dentro de las instituciones existen reglas, formales e informales. Las formales son jurídicas, políticas, económicas y contratos y las informales son códigos de conducta, normas de comportamiento, valores, convenciones o lo que es la cultura de la sociedad. Estas reglas se etiquetan como instituciones formales e informales y son objeto de estudio de cómo afectan estas instituciones al emprendimiento (Fuentelsaz, González y Maícas, 2015). La cultura forma parte de la explicación que da la teoría institucional al fenómeno del emprendimiento, y esta forma parte de los factores informales (Castillo-Palacio, Batista-Canino y Zuñiga-Collazos, 2017).

CAPÍTULO III – MARCO CONTEXTUAL

ESTRUCTURA ECONÓMICA DE MÉXICO

Demográfico

México cuenta con 119,938,473 habitantes al último censo de 2015, de las cuales el 51.4% es del son mujeres y el 48.6% son hombres. La edad media de la población mexicana es de 27 años. El 89.3% de la población es católica. Se registraron 2,234,039 nacimientos en 2017 y 703,047 defunciones. En México el 89.3% de la población es católica (INEGI, 2019).

Laboral

La Población Económicamente Activa (PEA) en 2019 es de 56,951,215 con una tasa de desocupación de 3.6%. El 60% de la población tiene 15 años o más. El 56.6% trabaja en el sector informal, de esta el 27.8% pertenece al sector informal, que equivale al 7.6% de la PEA (INEGI, 2019).

Educativo

En México en el 2015 el 30.4% de la población de 3 años o más asisten a la escuela. Mientras que el 93.6% de la población sabe leer y escribir. El 18.6% de la población cuenta con estudios superiores, el 23.7% de la población cuenta con estudios de secundaria y el 21.7% estudios medios superiores. La población cuenta con 9.2 años de escolaridad en promedio. En 2018 se tenían 3,864,995 alumnos en educación superior, de los cuales 1,937,609 son hombres y 1,927,386 son mujeres. En México en el año 2018 se dedicó el 5.77% del Producto Interno Bruto (PIB) a gasto de educación (SNIEG, 2019).

Económico

En un perfil económico que muestra en su reporte de competitividad del World Economic Forum o WEF (2015), coloca a México con los siguientes datos: Población de 127 millones de personas, un PIB de 1,144.3 Billones de dólares y PIB per cápita 9,009.3 dólares. En la Figura 8 se muestra el producto interno bruto (PIB) per cápita por habitante a precio corriente de dólares de 2010 al 2016 de México en comparación con los países de Latino América y el Caribe. Esto muestra que México está disminuyendo su PIB en comparación con los países Latino Americanos y del Caribe.

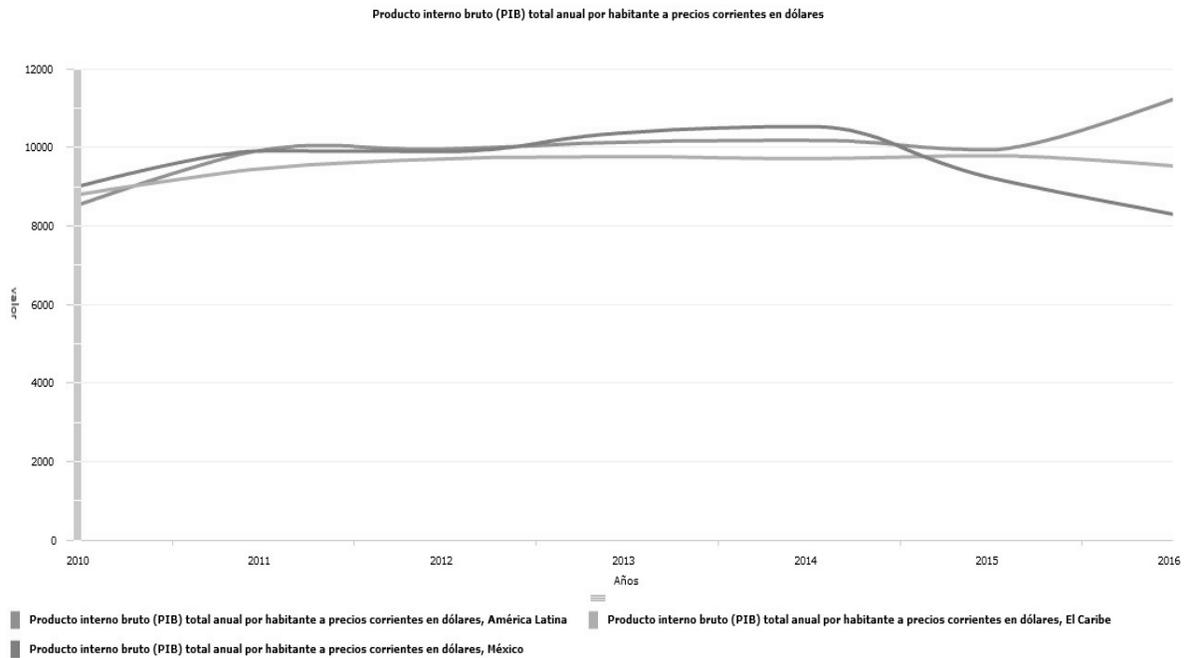


Figura 8. Producto interno bruto per cápita de México y Países Latino Americanos y del Caribe en 2010 a 2016, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2012.

En los aspectos significativos que resalta el reporte, México avanzó seis lugares en la lista de competitividad a pesar del deterioro institucional. Lo más positivo de su avance se vio en sus instituciones financieras, sofisticación de negocios, así como la innovación potenciada. También hace mención al resultado de las reformas, que gradualmente impulsan la competitividad, pero también hay rezago en el mercado laboral, instituciones privadas y se ve la corrupción como el principal factor para hacer negocios (World Economic Forum, 2015).

En el 2019 el Producto Interno Bruto fue de 18,537,321 millones de pesos a precios del 2013, en el segundo trimestre del 2019 se tiene una variación anual de .3% con respecto al año pasado (SNIEG, 2019).

ESTRUCTURA DE BAJA CALIFORNIA

Baja California está situada en el noroeste del país y es la parte septentrional de la península con el mismo nombre. El estado de Baja California limita al norte con la frontera de Estados Unidos de América, al este por el río Colorado y el mar de Cortés, al sur por el paralelo 28 y al oeste por el océano Pacífico. El estado cuenta con una superficie territorial de 70,113 km² sin incluir territorio insular, esto representa el 3.65% del territorio nacional. Cuenta con 5 municipios, Ensenada, Mexicali, Tecate, Tijuana y Playas de Rosarito. Siendo Mexicali la capital del estado (Subsecretaría de Innovación y Modernización de la SPF, s.f.).

Económico

El sector productivo más importante es el comercio. La aportación al Producto Interno Bruto (PIB) nacional es del 2.8%. Las actividades primarias aportan el 2.8% del PIB estatal, mientras que las actividades secundarias aportan un 41.7% y las actividades terciarias un 55.5%. Las producciones más destacadas del sector primario del estado son la agrícola, pesquera y minera. En Baja California se tiene un PIB anual al 2017 de 3.2%. El estado cuenta con 95,882 unidades económicas, con una población empleada de 789,056 personas, siendo el 59% hombres y el 41% mujeres (INEGI, 2019).

Demográfico

El estado cuenta con una población de 3,348,898 habitantes, de los cuales el 49.8% son hombres y el 50.2% son mujeres y se distribuyen en la zona urbana el 92% y en la zona rural el 8%, por cada kilómetro cuadrado se tiene 46 personas. La edad media de la población es de 27 años.

En 2017 hubo 61,840 nacimientos y 19,073 defunciones. El 72% de la población es católica.

Baja California cuenta con diferentes lenguas indígenas, como Mixtecas, Zapotecas, Náhuatl y

Triqui, Mayos, Guarajíos, Kikapú y Yaquis (Gobierno de Baja California, 2015). En Baja California hay 967,863 viviendas particulares, de las cuales el 97.2% tienen agua, 99.3% electricidad y 96.6% drenaje. De estas en promedio están ocupadas por 3.4 personas (INEGI 2019). En 2010 existían 967,863 hogares, de los cuales el 301,576 estaban dirigidos por mujeres y el 666,287 por hombres (INEGI, 2019).

Educativo

Esta población cuenta con un promedio de 9.8 años de escolaridad que equivale al primer año de educación superior. Por cada 100 personas de 15 años o más, 3 no tienen grado de escolaridad, 51.9 tienen educación básica terminada, 25.5 tienen educación media superior y 19.4 concluyeron la educación superior (INEGI, 2019). En Baja California el 35.59 % de la población esta matriculada en una institución de educación superior. En Baja California se tienen 121,495 alumnos en educación superior, de los cuales 60,251 son hombres y 61,244 son mujeres(SNIEG, 2019).

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC) tiene 62 años de vida y en 2018 contaba con 133 programas educativos, de los cuales 48 son de posgrados. De estos 130 programas de licenciatura cuentan con reconocimiento de calidad y 46 de posgrados. La UABC atendió en 2018 a 64,533 alumnos, y tiene la política de seguir incrementando la matrícula en los años siguientes (PDI). De estos 1,584 realizan estudios de posgrado. En la convocatoria mas reciente atendió a 22,688 alumnos de nuevo ingreso. Tiene unidades académicas en Mexicali, Tijuana, Rosarito, Ensenada y San Quintín, estas unidades captan el 74.4% de la matrícula a nivel estatal (Valdez, 2019).

La misión de la UABC es la siguiente:

“Formar integralmente ciudadanos profesionales, competentes en los ámbitos local, nacional, transfronterizo e internacional, libres, críticos, creativos, solidarios, emprendedores, con una visión 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, 2019).

La visión es la siguiente:

“En 2030, la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) es ampliamente reconocida en los ámbitos nacional e internacional por ser una institución socialmente responsable que contribuye, con oportunidad, equidad, pertinencia y los mejores estándares de calidad, a incrementar el nivel de desarrollo humano de la sociedad bajacaliforniana y del país, así como a la generación, aplicación innovadora y transferencia del conocimiento, y a la promoción de la ciencia, la cultura y el arte.” (UABC, 2019).

Los valores que maneja son:

Confianza, Democracia, Honestidad, Humildad, Justicia, Lealtad, Libertad, Perseverancia, Respeto, Responsabilidad, Solidaridad (UABC, 2019).

Las licenciaturas administrativas que se tienen en el campus Valle Dorado unidad Ensenada son Licenciado en Administración de Empresas, Licenciado en Contaduría, Licenciado en Gestión, Turística, Licenciado en Informática, Licenciado en Mercadotécnica, Licenciado en Negocios Internacionales (Valdez, 2019).

Laboral

Baja California cuenta con un personal ocupado de 705,211 en el 2008, con una tasa de desocupación de 2.53% al 2019 (INEGI, 2019).

ESTRUCTURA DE SONORA

Sonora es el segundo estado más grande de México, rodeado por mar, desierto y montañas. Con una extensión que representa el 9.15% del territorio nacional. Está ubicado en la región noroeste del país, limitando al norte con Arizona (Estados Unidos), este con Chihuahua, al sur con Sinaloa y al oeste con el mar de Cortés o golfo de California (océano Pacífico). Con 179,503 km² es el segundo estado más extenso y cuenta con 72 municipios, siendo Hermosilla la capital del estado. (INEGI, 2019).

Económico

El sector productivo más importante es el comercio. La aportación al Producto Interno Bruto (PIB) nacional es del 2.9%. Las actividades primarias aportan el 6.1% del PIB estatal, mientras que las actividades secundarias aportan un 47.8% y las actividades terciarias un 46.1%. Las producciones más destacadas del sector primario del estado son la agrícola, pesquera, pecuaria y minera. El estado cuenta con 90,642 unidades económicas que emplean 619,690 personas, de las cuales el 62% son hombres y el 38% son mujeres (INEGI, 2019).

Demográfico

El estado de Sonora cuenta con una población de 2,874,391 habitantes en 2015, del cual el 49.5% son hombres y el 50.5% son mujeres. De estos el 86% vive en ciudades y el 14% en zona rural, por cada kilómetro cuadrado se tiene 16 personas. La edad promedio es de 27 años. En Sonora hay 812,567 viviendas particulares, de las cuales el 89% tienen agua, 98% electricidad y

87.3% drenaje. En 2015 existían 814,820 hogares, de los cuales el 32% estaban dirigidos por mujeres y el 68% por hombres. En 2017 hubo 45,951 nacimientos y 16,729 defunciones. El 82% de la población es católica (INEGI, 2019).

Sonora cuenta con diferentes etnias, como Seris, Pimas, Cucapá, Ópatas, Mayos, Guarajíos, Kikapú y Yaquis (Gobierno de Sonora, 2015).

Educativo

Esta población cuenta con un promedio de 10 años de escolaridad que equivale al primer año de educación superior. Por cada 100 personas de 15 años o más, 2.7 no tienen grado de escolaridad, 49.8 tienen educación básica terminada, 24.8 tienen educación media superior y 21.9 concluyeron la educación superior (INEGI, 2019).

En Sonora el 40.14 % de la población está matriculada en una institución de educación superior (SNIEG, 2019).

En Sonora se tienen 108,410 alumnos en educación superior, de los cuales 55,215 son hombres y 53,195 son mujeres (UNISON, s.f.).

Universidad de Sonora (UNISON) es la máxima casa de estudios del estado de Sonora, fue fundada en 1924. Cuenta con 6 campus distribuidos por la región.

La misión es:

“La Universidad de Sonora es una institución pública autónoma que tiene como misión formar, en programas educativos de calidad y pertinencia, profesionales integrales y competentes a nivel nacional e internacional, articulando la docencia con la generación, aplicación y transferencia del

conocimiento y la tecnología, así como con la vinculación con los sectores productivo y social, para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad” (UNISON, s.f.).

La UNISON tiene como visión:

“La Universidad de Sonora es una institución líder en el país y con reconocimiento internacional, en virtud de la capacidad y creatividad de sus egresados, así como de la relevancia y pertinencia de sus contribuciones a la innovación, el arte, la cultura y el conocimiento científico y tecnológico, y que contribuye así de manera decisiva en el desarrollo sostenible de México, y en particular del estado de Sonora” (UNISON, s.f.).

Los valores que maneja son:

Honestidad e integridad, Respeto y tolerancia, Responsabilidad, Ética, Solidaridad, Responsabilidad social, Equidad, Justicia, Sustentabilidad, Autonomía, Transparencia y Libertad de cátedra e investigación (UNISON, s.f.).

Actualmente ofrecen servicio a cerca de 43,000 estudiantes que asisten a alguna de las 74 opciones totales de licenciatura y 47 de posgrado, cursos de 10 idiomas y 4 academias de arte. Es la de educación superior con mayor matrícula en el estado, y durante los ciclos recientes, han recibido a casi 7,000 alumnos de nuevo ingreso anualmente. En total en el semestre 2017-2 se registró una matrícula de nivel superior de 29,921 estudiantes, de los cuales 28,702 se encontraban inscritos en el nivel licenciatura y 1,219 en posgrado. Del resto 9,693 estaban inscritos en cursos de idiomas y 1,107 en talleres de arte. La Universidad de Sonora atiende alrededor del 27% de la matrícula de educación superior en el estado de Sonora (Velázquez, 2018).

Entre esas carreras están en la unidad de Hermosillo en área Administrativa:

Lic. en Contaduría Pública, Lic. en Administración, Lic. en Economía, Lic. en Finanzas, Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Negocios y Comercio Internacionales y Lic. en Turismo (UNISON, s.f.).

Laboral

Sonora presenta una población ocupada de 571,754 personas al año 2019, con una tasa de desocupación de 4.15% (INEGI, 2019).

EMPRENDIMIENTO INTERNACIONAL Y NACIONAL

A nivel internacional existe una necesidad de mejorar las economías de cada país para que sus ciudadanos puedan aspirar a una mejora calidad de vida. The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) a lo largo de 18 años ha medido el fenómeno de emprendimiento en 100 países.

Entre sus indicadores más importantes esta la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA, por sus siglas en inglés), este indicador mide la cantidad de empresas nacientes y nuevas en el país (Naranjo, Campos y López, 2015). En el 2015 se presentó los puntajes de TEA a nivel internacional. En la tabla 7 se muestran los resultados de algunos países.

Tabla 7.

Puntaje de TEA. Naranjo, Campos y López, 2015.

País	TEA puntos	Cierre de negocios (%)
México	21.0	6.4
Estados Unidos	11.9	3.6
Reino Unido	40.0	2.3
China	12.8	2.7
Brasil	21.0	6.7
Ecuador	33.6	8.3

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 que presenta el Gobierno de la República (2013) se presentan iniciativas para impulsar el emprendimiento, el cual consta de las siguientes acciones:

Apoyar la inserción exitosa de las micro, pequeñas y medianas empresas a las cadenas de valor de los sectores estratégicos de mayor dinamismo, con más potencial de crecimiento y generación de empleo, de común acuerdo con los gobiernos de las entidades federativas del país.

Impulsar la actividad emprendedora mediante la generación de un entorno educativo, de financiamiento, protección legal y competencia adecuados.

Diseñar e implementar un sistema de información, seguimiento, evaluación y difusión del impacto de emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas.

Impulsar programas que desarrollen capacidades intensivas en tecnologías de la información y la comunicación, así como la innovación para promover la creación de ecosistemas de alto valor agregado de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Mejorar los servicios de asesoría técnica para generar una cultura empresarial.

Facilitar el acceso al financiamiento y capital para emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas.

Crear vocaciones emprendedoras desde temprana edad para aumentar la masa crítica de emprendedores.

Apoyar el escalamiento empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas.

Incrementar la participación de micro, pequeñas y medianas empresas en encadenamientos productivos, así como su capacidad exportadora.

Fomentar los proyectos de los emprendedores sociales, verdes y de alto impacto.

Impulsar la creación de ocupaciones a través del desarrollo de proyectos de emprendedores.

Fomentar la creación y sostenibilidad de las empresas pequeñas formales.

El Gobierno de la República a través del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) asigna un presupuesto para 14 convocatorias para incubación de empresas y desarrollo de programas emprendedores con un monto de 3,760.75 millones de pesos en el 2017. Este monto se redujo del asignado en el 2016, que fue de 7,222.14 millones de pesos (Instituto Nacional del Emprendedor, 2016).

Para dar respuesta a estas iniciativas presentadas por el Gobierno de la República el rector de la UABC el Dr. Ocegueda (2015) responde con iniciativas que plantea en el Plan de Desarrollo Institucional por parte de la Rectoría, al promover la formación emprendedora en la institución. Para esto se apoya las actividades que realiza la incubadora de Cimarrones Emprendedores, que forma parte de la UABC, la cual tiene como objetivo promover la cultura emprendedora en la comunidad universitaria apoyando a estudiantes en a desarrollar sus proyectos de negocios o ideas innovadoras.

En el 2019 se inicio hubo un cambio de gobierno y en el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 de ese gobierno no se contempla una estrategia de apoyo al emprendimiento. Solo se hace referencia al programa de “Tandas para el bienestar”, que es un programa de pequeños préstamos a pequeños negocios para impulsar su crecimiento, empezando con un préstamo de 6 mil pesos hasta 20 mil pesos, estos son préstamos a la palabra y por ciclos. Esto quiere decir que puedes un préstamo y si lo pagas puedes pedir el siguiente préstamo por una cantidad mayor. Para este apartado el nuevo gobierno federal dispone de 6 mil millones de pesos para este programa (Gobierno de la República, 2019).

Por su parte la nueva administración de UABC, que dirige el rector Dr. Daniel Octavio Valdez Delgadillo (2019), mantiene el promover la educación emprendedora entre sus estrategias de formación integral para alumnos.

En el PDI 2017-2021 la UNISON considera incluir en sus planes de estudio la integración de la cultura emprendedora como parte integral de la formación del alumno (Velázquez, 2018).

En México la población adulta emprendedora se divide en los siguientes porcentajes. En 2015 tiene una tasa total de emprendimiento de 27.4%, de emprendedores que van iniciando 16.2%, emprendedores nuevos 5.0%, emprendedores establecidos 6.9%, emprendedores que dejaron su negocio 5.6%. Esto contrastado con los resultados de la TEA y el porcentaje de cierre de negocios en base a la TEA nos da un panorama de cuál es el nivel de emprendimiento en el país.

Incubadoras en México

Rivero (s.f.) en 2011 identifico un total de 4,930 incubadoras alrededor del mundo, siendo la Unión Europea la que contaba con más de 1,500 registros, Estados Unidos con 1,125.

En Europa las incubadoras generan alrededor de 30,000 trabajos por año (European Commission Enterprise Directorate General, 2002).

El INADEM, que es la organización que se encarga de promover el emprendimiento a nivel nacional, cuenta con un registro de 179 incubadoras básicas y 80 incubadoras de alto impacto, siendo un total de 259 incubadoras a nivel nacional. De las cuales en Baja California se cuentan con 5 incubadoras básicas y 1 de alto impacto, dando un total de 6 incubadoras (Instituto Nacional del Emprendedor, s.f.). INADEM en su reporte de resultados del 2016 presenta que en México se crearon 576,674 unidades económicas a partir de los programas de emprendedores

que se manejan y que de esas 3,117 unidades económicas fueron registradas en Baja California (Instituto Nacional del Emprendedor, 2016).

La incubadora universitaria de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), se cuenta con datos de número de negocios incubados, que del 2012 al 2015 fueron de 143 empresas (Cimarrones Emprendedores, 2017).

En el 2015 la UABC tenía una población estudiantil de 64,861 alumnos (Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, 2017), este número de empresas incubadas representa solo el 0.22% de la población total de alumnos.

Para UNISON se tiene una población de 43,000 estudiantes en 2017 (Velázquez, 2018) y la incubadora tiene en su página el dato de 6 empresas graduadas.

Para el Monitor Global de Emprendimiento, en México en el 2015 se tenía una tasa de actividad emprendedora temprana de 21% (Naranjo, Campos y López, 2015), ver Figura 9.

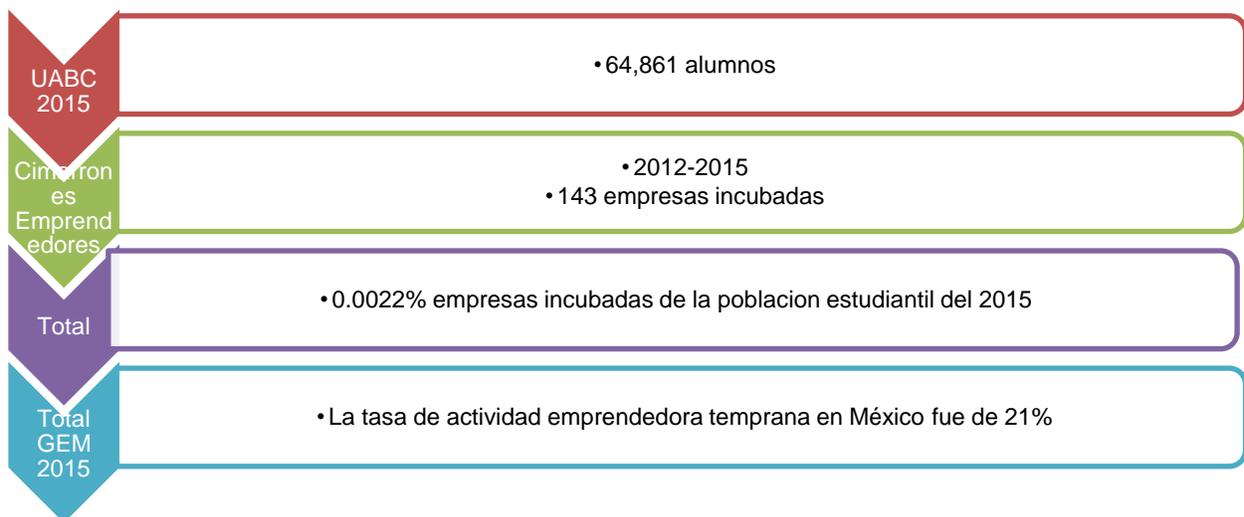


Figura 9. Elaboración propia. Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, 2017. Cimarrones Emprendedores, 2017. Naranjo, Campos y López, 2015.

La UNISON cuenta con una incubadora universitaria de empresas y se abrió en el 2003. Maneja modelos de incubación de alto impacto y básico. Atiende a alumnos y maestros de la institución.

Tiene como misión:

“Detectar oportunidades, promover la aplicación del conocimiento y la transferencia de tecnología para la creación de empresas de base tecnológica, el fortalecimiento de empresas establecidas y la solución de problemas de los sectores productivo y social, orientando los recursos físicos y humanos de la Universidad de Sonora para contribuir al desarrollo, rentabilidad y calidad de vida de la región” (Incubadora UNISON, 2019).

Las actividades que realizan son:

Incubación de Proyectos, Transferencias de Modelos de Incubación, Cursos de Incubación de Proyectos, Asesoría de Materia de Propiedad Intelectual (Invenciones, Diseños, Signos Distintivos y Derechos de Autor), Asesoría Jurídica, Orientación en Búsquedas (Bibliografías, técnicas, Intelectuales, etc.), Programas de Capacitación (Conferencias, Talleres y Cursos), Vinculación de Empresas, Información Sobre Apoyos, Diagnóstico Empresarial, Diseño de Imagen Corporativa, Apoyo técnico(Incubadora UNISON, 2019).

El proceso de incubación que manejan consiste en:

Selección, Pre-incubación, Incubación y Post-incubación (Incubadora UNISON, 2019).

Por su parte la UABC cuenta con una incubadora universitaria de empresas y cuenta con datos desde 2012. Es un programa de incubación que promueve el emprendimiento, brinda asesoría y capacitación. Tiene como objetivos promover la cultura emprendedora en la comunidad universitaria, ofrece modelos de planificación para la implementación, desarrollo y consolidación

de negocios y favorece el nacimiento de empresarios en las nuevas generaciones (Cimarrones Emprendedores, 2017).

Maneja modelos de incubación de alto impacto y básico.

Tiene como misión:

“Cimarrones-Emprendedores, de la Universidad Autónoma de Baja California impulsa la creación y crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la formación de empresarios exitosos, que contribuyan al desarrollo económico y competitividad de la región.”

(Cimarrones Emprendedores, 2017).

Tiene como visión:

“Ser líderes en la incubación de empresas exitosas que permita la conformación de entornos productivos con responsabilidad social, dinámicos y competitivos para mejorar el desarrollo económico del país” (Cimarrones Emprendedores, 2017).

Las actividades que realizan son:

Elaboración de programa de desarrollo del modelo de negocio, resumen ejecutivo, proyección financiera y plan de puesta en marcha. Capacitaciones empresariales. (mercadotecnia, fiscal, legal, innovación y creatividad, administración etc.) Asesoría y vinculación a financiamiento (gobierno federal, estatal, bancos y financieras) (Cimarrones Emprendedores, 2017).

El proceso de incubación que manejan consiste en: Selección, Pre-incubación, Incubación y Post-incubación (Cimarrones Emprendedores, 2017).

En una entrevista la coordinadora de la incubadora de UNISON manifestó preincubar 100 empresas en el año 2017-2018, del cual solo se obtuvo 3 casos de éxito ver Figura 10.

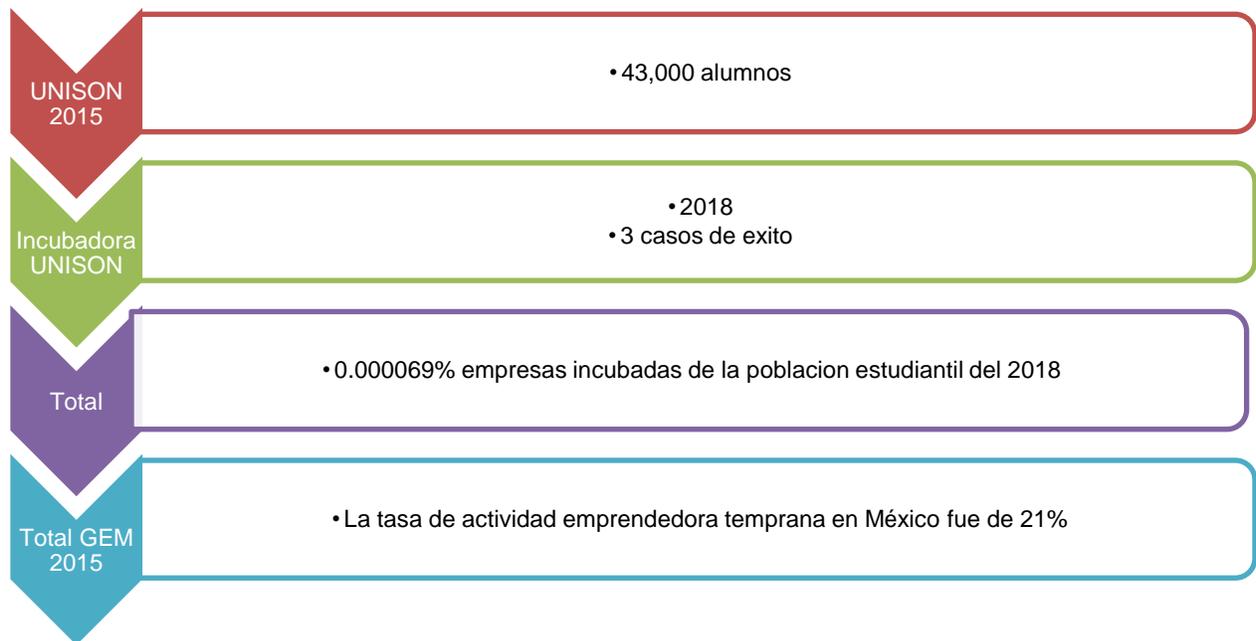


Figura 10. Elaboración propia. Incubadora UNISON, 2018.

PARTE III – METODOLOGÍA

CAPÍTULO IV – ESTUDIO CUANTITATIVO

MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES

Para construir esquemas explicativos, los modelos de ecuaciones estructurales de covarianza son los que cumplen con este objetivo. Se utilizan para determinar por medio de pruebas cuantitativas la medida en que los datos apoyan el modelo teórico con múltiples relaciones con variables dependientes, estos modelos son complejos debido a la combinación de técnicas surgidas de diferentes áreas, como Estadística, Biometría, Econometría y Psicometría (Verdugo, Crespo y Arias, 2008; Ruíz, Pardo y San Martín, 2010; De la Garza, Cervantes, Guzmán y Ramos, 2017; Galván, 2019).

Estas técnicas de análisis se utilizan ya que las técnicas tradicionales como regresión lineal simple y múltiple no sirven para explicar la causa-efecto que tienen las variables sobre otra, estas permiten estudiar el efecto directo, esto usualmente no se ajusta a la realidad compleja con la que se enfrenta los investigadores, por lo cual se recurre a técnicas más sofisticadas que combinan diferentes técnicas estadísticas que incluso nacieron en otras disciplinas, por otra parte el Análisis de Vías o Path Analysis, es una técnica que busca evaluar factores exógenos y endógenos en base a una hipótesis, las variables exógenas son las que se buscan explicar a base de las endógenas que son aquellas que no se investigan más allá de su definición debido que se desconocen las causas, esta técnica explica la analizan los efectos directos e indirectos de variables no contempladas en el modelo original. El problema surge cuando las variables que se buscan medir no son observables directamente, son teóricas, que son creadas a partir de ciertos indicadores. (Gerbing y Anderson, 1988; Gefen, Straub, Bordreaus, 2000; Verdugo, Crespo y Arias, 2008; Leyva Cordero y Olague, 2014; Hair et al., 2016; Galván, 2019).

También se cuenta con el Análisis Factorial Confirmatorio como técnica que permite evaluar el efecto que tienen diferentes indicadores sobre una variable. Esto se mide por medio de coeficientes llamados cargas factoriales, que representa los efectos de los indicadores sobre las variables. En esta técnica solo se presenta la relación, pero no el efecto que existe entre ellos (Verdugo, Crespo y Arias, 2008; Hair et al., 2016).

Para resolver las limitaciones que presenta las técnicas antes mencionadas se integran en un modelo denominado Ecuaciones Estructurales o Modelo de Estructuras de Covarianza. Esta técnica se utiliza cuando se pretende estudiar como un conjunto de indicadores o variable observadas definen constructos y los efectos directos e indirectos de las relaciones que existen

entre estos constructos, tomando en cuenta el error o fiabilidad (Gefen, Straub, Bordreaus, 2000; Verdugo, Crespo y Arias, 2008).

Estos modelos integran las fortalezas de las técnicas antes mencionadas, por ejemplo, las cargas factoriales que son la representación las relaciones casuales, que se representan de forma unidireccional y son llamadas coeficientes de vías. Los errores que representa la combinación de todas las variables que no se representan en el modelo. La relación entre variables observables y las variables latentes se denomina carga factorial y se necesita tres componentes, ecuaciones factoriales, el error de media y las asociaciones entre variables (Verdugo, Crespo y Arias, 2008). También permite visualizar los modelos conceptuales y así poder realizar un análisis más profundo de las relaciones y causas (Munro, 2005; Leyva Cordero y Olague de la Cruz, 2014).

TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Esta técnica nace de la necesidad de tener un modelo menos rígido que el de ajuste de matriz de covarianzas. Este significa medir el ajuste de bondad de la matriz de covarianza del modelo predictivo contra la matriz obtenida empíricamente de la población, esto implica que las variables latentes (desconocidas) afectan la medición de las variables observables (conocidas). Esto se hace con el objetivo de maximizar la reproducción de covarianza entre todas las variables para poder explicar el fenómeno. Esto se encadena al cumplimiento de una serie de hipótesis sobre normalidad en la distribución de datos, así como contar con una muestra más grande (Leyva Corder y Olague de la Cruz, 2014).

Este trabajo se puede trazar hasta Herman Wold que en 1977 creo la versión final del algoritmo PLS. Este se utiliza para la reducción de dimensiones del conjunto de variables explicativas (Leyva Corder y Olague de la Cruz, 2014).

Para la etapa inicial y final (Pre y Post) se usó un análisis de datos estadístico estructural basado en mínimos cuadrados parciales. Esta técnica de ecuaciones estructurales basada en mínimos cuadrados denominada (PLS) por sus siglas en inglés Partial Least Squares (Wold, Esbensen y Geladi, 1987), es una técnica que surge para el análisis de variables desconocidas que permiten explicar la relación de los datos observados y la predicción de un fenómeno en particular (Leyva Corder y Olague de la Cruz, 2014; Martínez y Fierro, 2018; Galvan, 2019).

Este tipo de técnicas se considera recomendable su uso cuando se está explorando en etapas tempranas de la validación y prueba de los modelos, debido a que este está diseñado para la predicción (Henseler, Ringle y Sinkovic, 2009). Esta técnica permite tener como principal característica hacer predecir modelos con muchas variables latentes considerando un tamaño de muestra pequeño. Para este trabajo se utiliza el software de SmartPLS 3 de Ringle, Wende y Becker (2015).

El modelo estructural se compone de dos partes, el modelo de medida, que analiza las cargas factoriales entre variables observables y latentes, es aquí donde se evalúa la fiabilidad y validez y el modelo estructural el cual analiza las relaciones de causalidad entre las variables (Leyva Corder y Olague de la Cruz, 2014). En cuestión de la muestra se recomienda utilizar de 100 a 200 muestras (Holye, 1995), para este trabajo se utilizaron más de 300 por etapa.

En palabras de Hair, que emite criterios para usar PLS, es debido a las características exploratorias y de extensión de otra teoría estructural es que se usa el PLS como técnica de análisis seleccionada. También la razón es que se tiene un modelo estructural complejo, un constructo con muchos indicadores (Leyva Corder y Olague de la Cruz, 2014). Las cuales se cumplen en este estudio.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PARTICIPANTES

El tamaño de la población fue seleccionado de forma no probabilística y por disponibilidad, se trabajó con grupos de alumnos que tomaron materias relacionadas con temas de emprendimiento y también en razón de que el estudio se divide en tres partes, una prueba piloto, una aplicación iniciando y al final del semestre, en este caso se trabajó con una pequeña población para realizar la prueba piloto.

La aplicación fue a alumnos de sexto a octavo semestre de las carreras de licenciado en administración de empresas, psicología, bioingeniería, ingeniería industrial, informática y licenciado en ciencias de la comunicación de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) campus Ensenada.

El instrumento se validó con un piloto donde se obtuvo una muestra de 52 cuestionarios.

Algunos de los alumnos se encuestaron en los salones de clases de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la UABC, y el resto en un evento de emprendimiento que se organiza en localidad por parte de la universidad antes mencionada. Todos los alumnos forman parte de una de las carreras que se imparten en esta universidad pública. Al momento de la aplicación del instrumento los alumnos estaban cursando al menos una materia relacionada con temas de emprendimiento o formulación de plan de negocios.

PROCEDIMIENTO

Paso 1. Se identificó en la literatura los instrumentos para medir la intención emprendedora. En base a estos se diseñó y creó un instrumento nuevo con base en la teoría del comportamiento planeado y las dos nuevas dimensiones a medir.

Paso 2. Se buscó la validación de expertos en el área del instrumento al aplicar un cuestionario donde el experto calificaba diferentes puntos del instrumento, según su conocimiento. Los puntos a evaluar fueron: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

Paso 3. Se buscó grupos que cumplieran con el criterio de la población objetivo. Se habló con los maestros de los grupos y se le solicitó tiempo de su clase para aplicar el cuestionario. También se identificó un evento orientado a la evaluación de proyectos de las materias de emprendedores y se aplicó el cuestionario a los alumnos participantes. Se creó la base de datos para su análisis.

Paso 4. Se evaluó la confiabilidad, correlación de Pearson y Validez, Alfa de Cronbach.

Paso 5. Se hizo un análisis de resultados y se redactó un reporte.

INSTRUMENTO

El modelo previamente presentado en la introducción está basado en un modelo estructural de Ajzen (2006) para el cual se adecuaron las hipótesis al contexto estudiantil para los fines de esta investigación. En primer lugar se analizó la confiabilidad y validez del instrumento. Para el estudio piloto se utilizó IBM SPSS 23 y IBM AMOS para el Análisis Confirmatorio.

Para la recopilación de datos se decidió utilizar parte del cuestionario de Liña y Chen (2009), Rueda, Moriano y Liña (2015) y Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo (2016). Se agregaron dos dimensiones nuevas, las cuales buscan validar si alguna de éstas aumenta la intención del alumno por emprender o la disminuye. Los ítems del cuestionario tienen formato de respuesta tipo Likert de 7 puntos y se compone de una batería de 55 ítems divididos en 6 dimensiones, 2 dimensiones (norma subjetiva y actitud) constan de dos subcategorías de 5 y 6 ítems respectivamente, ver Tabla 8.

Tabla 8.

Dimensiones de instrumento y preguntas. Elaboración propia en 2019.

Factor	Numero de ítems
Intención emprendedora (IE)	7
Autoeficacia (AE)	10
Norma Subjetiva (NS)	10
Actitud (AC)	12
Apoyo a la Cultura Emprendedora (ACE)	12
Rol Maestro (RM)	4

El instrumento se validó con un piloto donde se obtuvo una muestra de 52 encuestas. La validez del instrumento se determinó a partir de la valoración del mismo por parte de un grupo de tres expertos en el tema siguiendo a Escobar y Cuervo (2008), posteriormente se determinó la validez mediante el método de correlación de Pearson.

FASE DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTO

Para este estudio se va a realizar un experimento donde se aplicará un cuestionario a los estudiantes universitarios que estén activos en el periodo 2018-2 y tomen un curso relacionado con temas de emprendimiento o formulación de plan de negocio en cualquier carrera (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Laguía, Moriano, Gámez & Molero, 2017; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Delgado, Robles, y Vázquez, 2017). Se les solicitara responder un cuestionario pre y post curso (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Delgado, Robles y Vázquez, 2017). Esto con la finalidad de comparar los resultados previos y posteriores a la toma del curso. Se busca identificar como el curso afecta el grado de intención del alumno, y específicamente el rol del maestro y su experiencia, así como el trabajo de promoción de la cultura emprendedora que hace la incubadora universitaria.

ETAPA APLICACIÓN INICIAL

PARTICIPANTES

Trabajos previos apuntan al estudio de la intención emprendedora en alumnos universitarios ya que se justifica que la educación superior es en donde se debe impulsar la cultura emprendedora en los jóvenes (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Riquelme, Ortiz, Álvarez y Baro, 2016). Para esto el presente estudio contempla una población no probabilística (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010) de alumnos de ambos sexos de cualquier carrera que estén tomando, durante el periodo 2018-2, alguna materia relacionada con el tema de emprendimiento o formulación de planes de negocio. Se busca alumnos en sus últimos periodos semestrales, sexto, séptimo y octavo. En general se busca una población que abarque la mayor cantidad de carreras.

También se aplicará el instrumento en varias universidades como Universidad Autónoma de Baja California (UABC) y Universidad de Sonora (UNISON).

TAMAÑO DE LA MUESTRA

La cantidad de alumnos se asignará según se encuentren disponibles los grupos y alumnos inscritos en ellos para el periodo 2018-2. Como se definió anteriormente, la muestra será no probabilística. Se aplicará el instrumento a los grupos que estén tomando un curso relacionado con el tema de emprendimiento o formulación de negocios.

Los alumnos encuestados fueron los que al momento de la aplicación se encontraban en el aula y aparecían en la lista oficial de la materia de los programas administrativos y sociales que ofrecen las universidades.

También estos programas debían contar con materias que integran temas relacionados con el emprendimiento empresarial o la generación, creación de empresas o planes de negocios u inversión, también la universidad o facultad debía contar con una incubadora universitaria activa.

Los programas que participaron fueron licenciatura en administración de empresas, contaduría, informática, negocios internacionales, mercadotecnia, comunicación, psicología y educación de UNISON y UABC.

Para el primer estudio se cuenta con una N de 456 alumnos encuestados, 268 de UNISON y 188 de UABC. El 58% de alumnos encuestados fue de UNISON y el 42% de UABC, siendo 62% mujeres y 38% hombres con rangos de edad de 18 a 63 años.

MÉTODO

PROCEDIMIENTO

Se buscó la autorización de la institución para la aplicación del instrumento.

Se ubicó en el plan de estudios se ubicarán las materias que cumplan con los requisitos del curso, que sean materias donde se imparten temas relacionados con emprendimiento o formulación de plan de negocios.

Se hizo una relación de los grupos y cantidad de alumnos que están inscritos en estas materias, esto se debe hacer iniciando el semestre. Con esta información se obtuvo su ubicación (Salón de clases) y horario semanal. Esta información se usó para elaborar un calendario de visitas. De este proceso se obtuvo un calendario con la fecha inicial de aplicación y final de aplicación.

Se contactó a los coordinadores de las carreras para que se pusieran en contacto con los maestros que imparten las materias para informarles de la visita y aplicación del instrumento.

El día seleccionado por el encuestador se presentó en el salón de clases y dio una breve explicación de lo que era el estudio y las instrucciones. Se entregó un cuestionario a cada alumno y se le solicitó que lo respondiera. Al finalizar se iba anotando al alumno en la lista de asistencia que se proporcionó por parte de la institución, para llevar un control del número de alumnos que respondieron.

Se recopiló los cuestionarios y se procedió con el siguiente grupo.

ETAPA APLICACIÓN FINAL

Para la etapa Post de aplicación del instrumento, se siguió un procedimiento similar al de la etapa Pre.

PARTICIPANTES

Se aplicó el instrumento de medición a los alumnos siguiendo el proceso de la etapa Pre. Se buscaron alumnos que habían contestado la encuesta Pre, aquí cabe destacar la problemática que se presentó al no marcar las encuestas Pre con un identificador para cada alumno que contestó. Esto dificultó la relación entre la encuesta Pre y Post. Para lo cual se tuvo que hacer una relación por análisis de correo electrónico, edad, sexo, grupo, escuela, entre otras características analizadas.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Los alumnos encuestados fueron los que al momento de la aplicación de la encuesta Post fueron los que se encontraban en el aula y aparecían en la lista que se tomó en la etapa Pre de la materia de los programas administrativos y sociales que ofrecen las universidades.

Para el segundo estudio se cuenta con una N de 333 alumnos encuestados, 235 de UNISON y 98 de UABC. El 71% de alumnos encuestados fue de UNISON y el 29% de UABC, siendo 63% mujeres y 37% hombres con rangos de edad de 18 a 63 años.

MÉTODO

PROCEDIMIENTO

Se regresó a la institución con la autorización para la aplicación del instrumento en la etapa Post.

Se utilizó las listas de asistencia que se tomaron en la etapa Pre. Con la información de los grupos de la etapa Pre. Esta información se usó para elaborar un calendario de visitas.

Se contactó a los maestros directamente para recordarles de la visita.

El día seleccionado por el encuestador se presentó en el salón de clases y dio una breve explicación de lo que era el estudio y las instrucciones. Se entregó un cuestionario a cada alumno y se le solicitó que lo respondiera. Al finalizar se iba anotando al alumno en la lista de asistencia que se proporcionó por parte de la institución, para llevar un control del número de alumnos que respondieron en la etapa Post y cuales habían contestado en la etapa Pre.

Se recopiló los cuestionarios y se procedió con el siguiente grupo.

CAPÍTULO V – ESTUDIO CUALITATIVO

INTRODUCCIÓN

La importancia económica de la empresa para un país es alta y no hay duda sobre eso. Estas son las fuentes que permiten la generación de empleo y riqueza. Propician el crecimiento económico y la estabilidad de una economía local y regional. Otros autores también apoyan la afirmación de que es importante crear nuevas empresas y que son el factor que estimula el desarrollo y

crecimiento económico de un país, al permitir la creación de nuevos empleos (Alvarado y Rivera, 2011).

En la actualidad los gobiernos, instituciones y agentes sociales manifiestan su preocupación por la falta de creación de empresas. Esto los lleva a idear estrategias y poner en marcha acciones que permitan cambiar esta situación (Olmos y Castillo, 2007; Rodríguez y Chávez, 2015). Para esto se encontró una respuesta muy prometedora, el emprendimiento. El cual permitiría a la sociedad mejorar su calidad de vida y situación económica, impactando a nivel micro y macro económico (Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016). Se empezó a promover programas que permitieran a estos individuos emprender un negocio, teniendo acceso a los recursos necesarios para desarrollar su idea de negocio. Todo esto en forma de apoyos económicos, fiscales y desarrollo de política pública con el objetivo de apoyar a estos emprendedores. Que muchas veces no tienen orientación o capacitación para crear empresas que sean competitivas (Paredes y Flores, 2015).

Para esto las instituciones de educación superior como universidades toman el papel de promover el emprendimiento entre sus alumnos. Incluyendo dentro de sus programas educativos temas relacionados con el emprendimiento, manifestándose en materias, cursos, talleres, ciclos de conferencias e incluso creando o vinculándose con incubadoras de negocios que permitan dar apoyo o conectar a los alumnos con los recursos necesarios para ver realizada su idea en una empresa real, competitiva y exitosa, (Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo 2016; Alvarado Muñoz y Rivera Martínez, 2011; Rodríguez y Chávez, 2015). Siendo el objetivo la generación de empleo o auto empleo como alternativa al desarrollo profesional de los alumnos egresados (Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016). Olmos y Castillo (2007) señalan que la universidad no ha logrado cumplir con el objetivo de ser una promotora del emprendimiento. En España se

identifica como problema en el impulso al emprendimiento el sistema educativo, que carece del impacto en formación temprana de los jóvenes en materia de emprendimiento, sumando los altos índices de corrupción y la falta de difusión de casos de éxito de otros empresarios que pasaron por el proceso emprendedor (Freire, 2016).

La respuesta por parte de los gobiernos para el impulso del emprendimiento fue la creación de incubadoras de negocios. Los países manifiestan su interés por apoyar el emprendimiento con política pública, se cuenta con recursos económicos asignados a programas gubernamentales que permiten la incubación de empresas, se tienen incubadoras privadas y públicas, dentro y fuera de las universidades, pero no se obtienen los resultados esperados y los pocos resultados que se tienen sufren de una alta tasa de mortalidad (Freire, 2016; Tavoletti, 2013; Zea, Fonseca, Pérez, Bermeo y Molina, 2016).

Tavoletti (2013) señala que son muy pocos los casos de éxito de incubadoras que generan resultados positivos que impactan la economía e impulsan el crecimiento económico, en su mayoría las incubadoras fracasan. Esto lleva a preguntar si se debe seguir invirtiendo fondos públicos en éstas. Morfi, Graupera y Torres (2016) establece que el desarrollo de las incubadoras en Latinoamérica no se puede comparar con las incubadoras de primer mundo.

La problemática detectada es que a pesar de tener todo este marco institucional, ecosistema y estrategias, las incubadoras no están generando los resultados esperados, tanto en calidad como en cantidad (Theodorakopoulos, Kakabadse y McGowan, 2014). Paredes y Flores (2015) afirman que, en algunos países, incluido México, no se están creando empresas.

El presente trabajo busca estudiar el primer elemento del sistema y lo que sucede si la organización carece de la materia prima, en este caso las personas. Sin importar que la

organización cuente con las mejores metodologías, prácticas, infraestructura y procesos, no se puede tener resultados satisfactorios, porque no existe el insumo que son las personas que generan los proyectos.

METODOLOGÍA

El diseño de la investigación cualitativa es fundamentado sistemático y con codificación abierto. Este diseño involucra la recolección de datos y la codificación abierta, pasando por un refinamiento de códigos hasta llegar a una visualización del resultado, el cual es una teoría (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010).

Se busca entrevistar maestros de carreras económica-administrativas y sociales que estén dando clases en estas dos universidades en materias que involucren temas de emprendimiento y plan de negocios, así como los coordinadores de las incubadoras universitarias. Se elaborará entrevistas semiestructuradas con preguntas elaboradas con base en la teoría de la intención emprendedora revisada en capítulo III. Después se analizarán las entrevistas y se codificarán los datos para elaborar un modelo teórico. Esta se contrastará más adelante con lo encontrado en el trabajo cuantitativo para identificar similitudes y diferencias que puedan aportar nuevo conocimiento al estado del arte.

ASPECTOS GENERALES DEL ENTREVISTADO

Se selecciono a un grupo de expertos como población para este estudio, por lo que se busca entrevistar maestros de la Universidad Autónoma de Baja California y la Universidad de Sonora que imparten materias en las carreras económicas-administrativas y sociales que incluyen temas de emprendimiento o plan de negocio y a los coordinadores de las incubadoras universitarias.

OBJETIVO

Identificar las razones que disminuyen o aumentan la intención emprendedora en alumnos de las carreras económico-administrativos y sociales de la UABC y UNISON.

INSTRUMENTO

Se elaboro un instrumento que consta de 22 preguntas que se formularon con base en la teoría de intención emprendedora de Liña y Chen (2009) que se basaron en la teoría del comportamiento planeado de Ajzen.

PROCEDIMIENTO

Se busco en las coordinaciones de las carreras y dirección de facultades o divisiones la lista de maestros que imparten materias de emprendimiento, elaboración de plan de negocios y similares de las carreras económica-administrativas y sociales. Se procedió a ubicar los grupos, salones y horarios para poder ubicar a los maestros. Se hizo una primera visita de presentación y solicitud de cita para poder realizar la entrevista. Los maestros que aceptaron pusieron fecha y lugar de encuentro para poder realizar la entrevista, las cuales en promedio duraron de 40 a 60 minutos.

Al momento del encuentro se presentó un formato de consentimiento informado el cual firmaron y se procedió a realizar la entrevista semiestructurada. Se realizaron 10 entrevistas de las cuales 8 fueron maestros y 2 coordinadores de incubadoras universitarias institucionales.

Una vez que se obtuvieron todos los audios se pasó a transcribir las entrevistas y posteriormente se realizó el análisis, siguiendo el procedimiento sistemático que consta de la recolección de datos, codificación abierta, codificación, codificación selectiva y visualización de la teoría (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010).

CODIFICACIÓN ABIERTA

La codificación abierta dio como resultado los siguientes códigos, por el espacio se dividió en dos tablas, ver Tabla 9 y 10.

Tabla 9.

Códigos parte 1. Elaboración propia en 2019.

Código	Descripción
Actitud del alumno	La importancia que tiene la actitud del alumno frente al emprendimiento.
Apoyo al alumno	Necesidad que tiene un alumno de recibir apoyo.
Apoyo de la familia	La importancia que tiene la familia como apoyo de la intención emprendedora.
Apoyo institución educativa.	Falta de apoyo por parte de la institución educativa.
Apoyo tecnológico para difusión	Uso de la tecnología como apoyo a la difusión del emprendimiento.
Asesoría del maestro	El maestro como asesor de los alumnos fuera del aula.
Burocracia	Los tramites como limitante del emprendimiento.
Cambio de mentalidad	Las nuevas generaciones y la mentalidad que tienen actualmente sobre el trabajo y el emprendimiento.
Capacitación de maestros	La necesidad de capacitar formalmente a los maestros.
Cultura	Cambio cultural y apoyo a la difusión de la cultura emprendedora.
Desinformación sobre emprendimiento y negocios	Confusión o carencia de un concepto de emprendimiento y negocio formal.
Dificultad para emprender	Forma parte de las limitantes para emprender.
Emprendimiento por necesidad	La necesidad del alumno lo obliga o motiva a emprender.
Emprendimiento social	Los tipos de emprendimiento son variados y el social puede ser una alternativa para practicar.
Experiencia del maestro en emprendimiento	La importancia que tiene la experiencia del maestro en el área de emprendimiento al dar la clase.
Falta de difusión de emprendimiento	La carencia de una buena estrategia de difusión del emprendimiento.
Falta de difusión de programas de financiamiento	La carencia de una buena estrategia de difusión de programas de financiamiento.
Falta de interés por la materia de emprendimiento	La falta de interés del alumno por el emprendimiento.
Falta de vinculación de incubadora	Falta de trabajo de la incubadora por vincularse con las empresas y gobierno.
Situación del alumno	Situaciones personales que limitan al alumno en general.
Tecnología como factor limitante	La tecnología como factor distractor del emprendimiento dentro del salón de clases.
Tecnología como herramienta de trabajo	Apoyo de la tecnología dentro del aula de clases.
Trabajo de la incubadora	El trabajo que realiza la incubadora universitaria.
Trabajo del maestro en clase	Trabajo que realiza el maestro en clases.
Vinculación con facultad	Más involucración por parte de las facultades o divisiones.
Vinculación con incubadora	Trabajo de la incubadora para vincularse con la comunidad estudiantil.
Vinculación con instituciones de gobierno	Trabajo de la incubadora para vincularse con las instituciones de gobierno.

Tabla 10.

Códigos parte 2. Elaboración propia en 2019.

Código	Descripción
Familia emprendedora o empresaria	El ejemplo de la familia en el área de emprendimiento.
Actividades de incubadora universitaria	Los servicios que ofrece la incubadora universitaria.
Inseguridad y miedo	Factores que limitan el emprendimiento de forma general.
Irresponsabilidad de emprendedores	La falta de ética y moral de los emprendedores al ejercer el recurso financiero.
Limitantes de la intención	Limitantes detectadas que inciden en el emprendimiento.
Materia practica	Elaborar materias más prácticas y que se acerquen a la realidad.
Mejor comunicación institucional	Mejorar la comunicación institucional con los docentes y alumnos.
Mentalidad	La mentalidad del alumno.
Motivación institucional	La motivación que da la institución educativa a sus maestros.
Motivación por parte del maestro	La motivación que ejerce el maestro sobre los alumnos dentro del salón de clases.
Obstáculos institucionales	Obstáculos detectados que limitan el trabajo de emprendimiento.
Paciencia	La paciencia como factor clave para el emprendimiento.
Plan de vida	Elaborar un plan de vida para tener dirección en la vida del emprendedor.
Problema generacional	Las nuevas generaciones con problemas de actitud, apatía y mentalidad.
Problema institucional educativo	Problema con la integración del emprendimiento y educativo a nivel institución.
Promoción de la cultura emprendedora	Apoyo a la promoción de la cultura emprendedora.
Promoción de la incubadora	Promoción de la incubadora universitaria.
Seguimiento de proyectos	Darle seguimiento a los proyectos como incubadora universitaria.
Seguimiento del proyecto por parte del maestro	Darles seguimiento a los proyectos por parte del maestro a lo largo de la vida del proyecto.
Selección de maestros sin el perfil	La selección de maestros que carecen con el perfil deseado para impartir las materias de emprendedores.
Vinculación con instituciones financieras	Trabajo de la incubadora para vincularse con las instituciones financieras.
Intención emprendedora	Intención del alumno por emprender.

Los códigos presentan la siguiente cantidad de incidencias en las entrevistas analizadas, ver

Tabla 11.

Tabla 11.

Numero de citas por código. Elaboración propia en 2019.

Código	Citas
Actitud del alumno	22
Apoyo al alumno	4
Apoyo de la familia	6
Apoyo institución educativa.	6
Apoyo tecnológico para difusión	4
Asesoría del maestro	7
Burocracia	5
Cambio de mentalidad	2
Capacitación de maestros	5
Cultura	3
Desinformación sobre emprendimiento y negocios	16
Dificultad para emprender	6
Emprendimiento por necesidad	6
Emprendimiento social	2
Experiencia del maestro en emprendimiento	26
Falta de difusión de emprendimiento	7
Falta de difusión de programas de financiamiento	2
Falta de interés por la materia de emprendimiento	5
Falta de vinculación de incubadora	4
Familia emprendedora o empresaria	2
Actividades de incubadora universitaria	3
Inseguridad y miedo	14
Irresponsabilidad de emprendedores	2
Limitantes de la intención	19
Materia practica	5
Mejor comunicación institucional	2
Mentalidad	14
Motivación institucional	1
Motivación por parte del maestro	23
Obstáculos institucionales	4
Paciencia	3
Plan de vida	3
Problema generacional	18
Problema institucional educativo	17
Promoción de la cultura emprendedora	6
Promoción de la incubadora	4
Seguimiento de proyectos	3
Seguimiento del proyecto por parte del maestro	8
Selección de maestros sin el perfil	4
Situación del alumno	5
Tecnología como factor limitante	3
Tecnología como herramienta de trabajo	4
Trabajo de la incubadora	2
Trabajo del maestro en clase	12
Vinculación con facultad	1
Vinculación con incubadora	9
Vinculación con instituciones de gobierno	3
Vinculación con instituciones financieras	4

CODIFICACIÓN AXIAL

En esta sección se presenta el modelo paradigma codificado el cual muestra las relaciones entre los códigos enlistados en la sección anterior. Ver Figura 10.

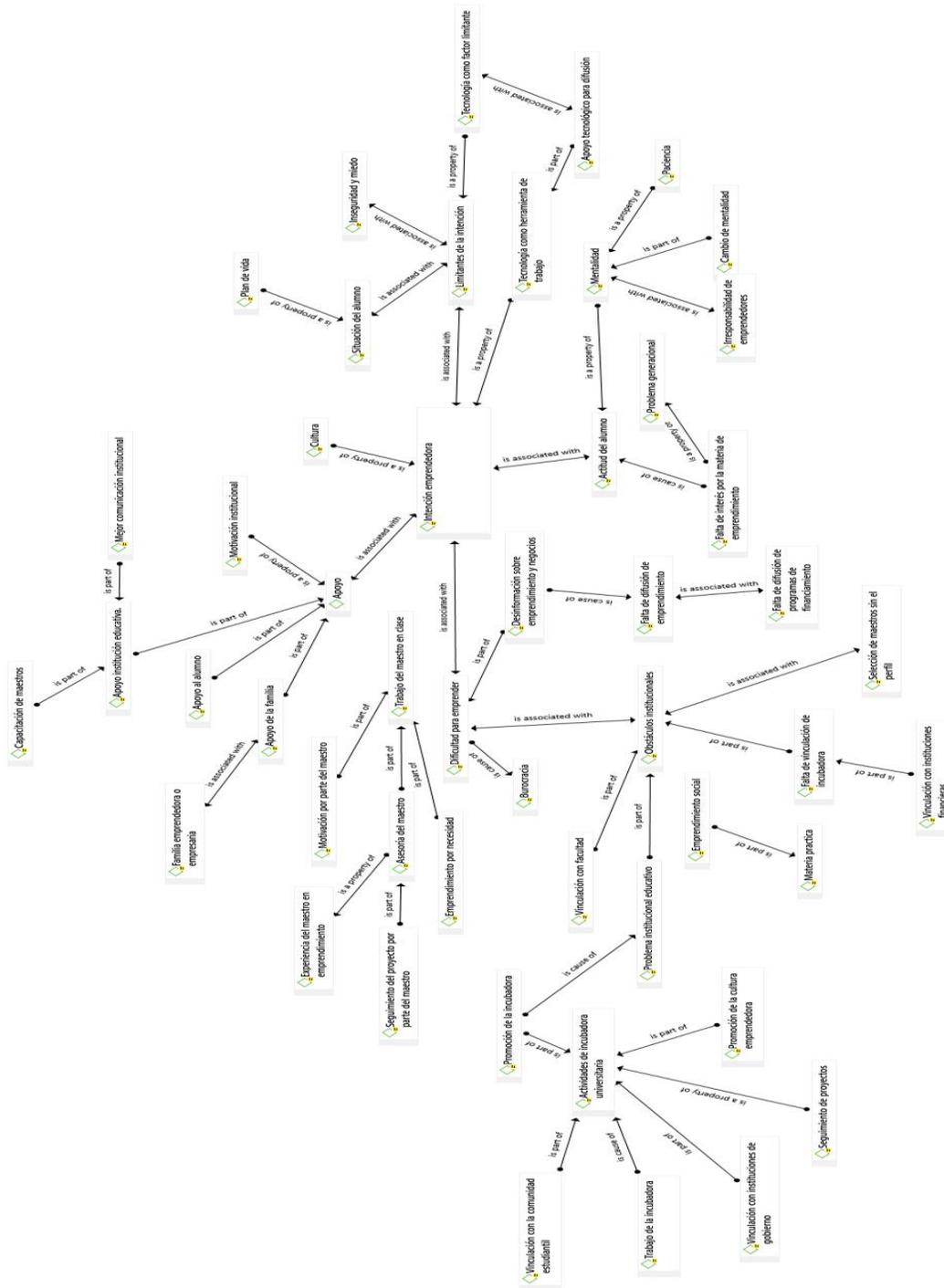


Figura 10. Modelo de relación de citas. Elaboración propia 2019.

CODIFICACIÓN SELECTIVA

Los códigos se agruparon en categorías, ver Tabla 12.

Tabla 12.

Códigos de agrupación. Elaboración propia en 2019.

Categoría	Códigos
Actitud	Actitud del alumno, Falta de interés por la materia de emprendimiento
Apoyo	Apoyo al alumno, Apoyo de la familia, Apoyo institución educativa, Apoyo tecnológico para difusión
Cultura	Cultura
Familia	Apoyo de la familia, Familia emprendedora o empresaria
Incubadora universitaria	Actividades de incubadora universitaria, Falta de vinculación de incubadora, Promoción de la cultura emprendedora, Promoción de la incubadora, Seguimiento de proyectos, Trabajo de la incubadora, Vinculación con facultad, Vinculación con instituciones de gobierno, Vinculación con instituciones financieras, Vinculación con la comunidad estudiantil
Institución educativa	Apoyo institución educativa, Capacitación de maestros, Mejor comunicación institucional, Motivación institucional, Obstáculos institucionales, Problema institucional educativo, Promoción de la incubadora, Selección de maestros sin el perfil, Vinculación con facultad
Limitantes de emprendimiento	Burocracia, Desinformación sobre emprendimiento y negocios, Dificultad para emprender, Falta de difusión de emprendimiento, Falta de difusión de programas de financiamiento, Inseguridad y miedo, Limitantes de la intención, Obstáculos institucionales, Situación del alumno, Tecnología como factor limitante
Maestro	Asesoría del maestro, Experiencia del maestro en emprendimiento, Motivación por parte del maestro, Seguimiento del proyecto por parte del maestro, Trabajo del maestro en clase
Motivación	Motivación institucional, Motivación por parte del maestro, Plan de vida
Personalidad	Cambio de mentalidad, Inseguridad y miedo, Irresponsabilidad de emprendedores, Mentalidad, Paciencia
Plan de estudios	Emprendimiento social, Materia práctica,
Problema generacional	Falta de interés por la materia de emprendimiento, Problema generacional
Tecnología	Apoyo tecnológico para difusión, Tecnología como factor limitante, Tecnología como herramienta de trabajo

Se puede encontrar en el apéndice 2 la tabla de códigos y sus correspondientes citas según lo encontrado en el análisis de las entrevistas.

A continuación, se muestra el diagrama resultado de la relación de códigos en categorías. Ver Figura 11.

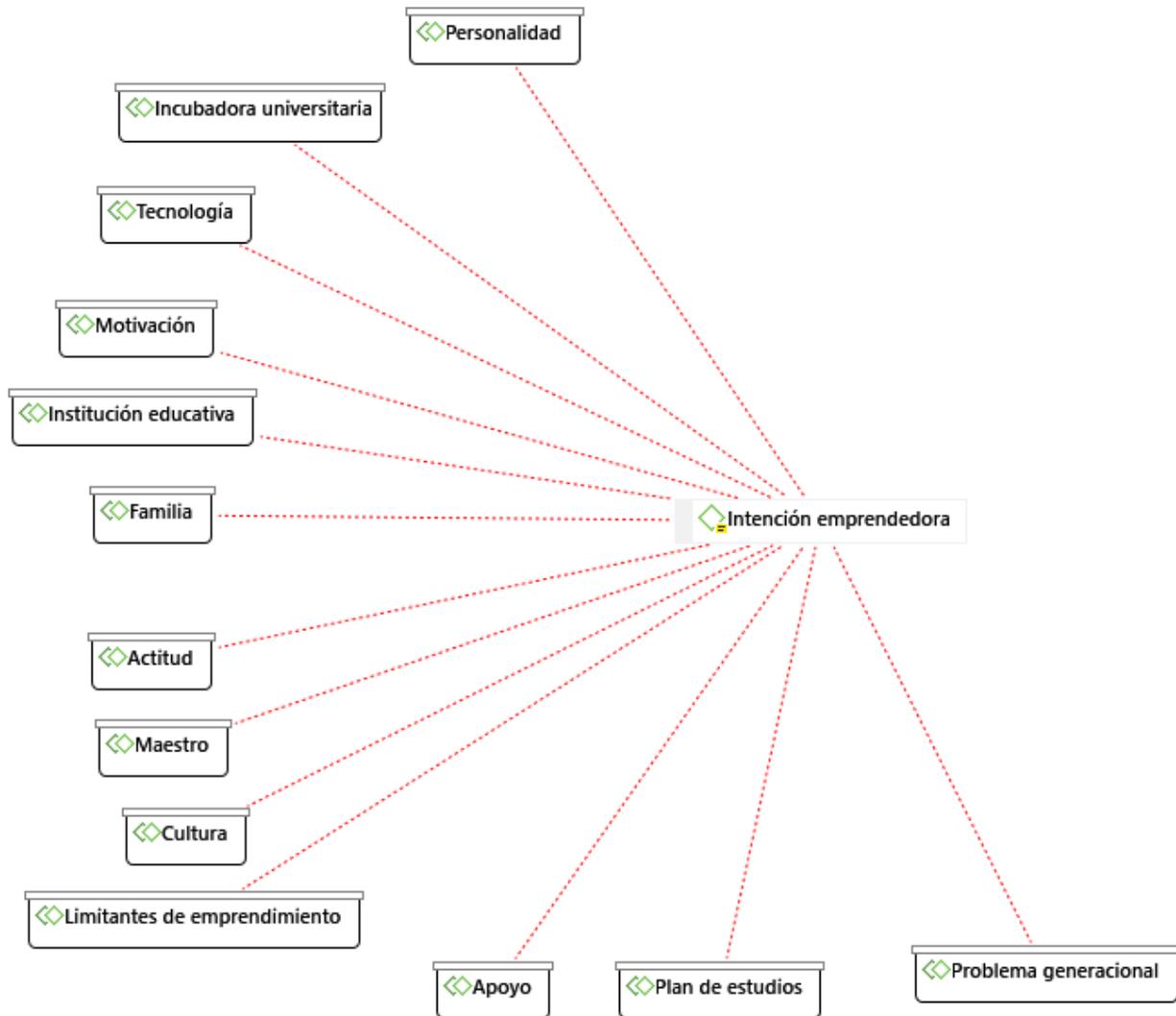


Figura 11. Resumen de modelo. Elaboración propia 2019.

PARTE IV – RESULTADOS

CAPÍTULO VI – RESULTADOS CUANTITATIVOS

RESULTADOS VALIDACIÓN INSTRUMENTO

El 65% de la muestra está conformado por mujeres y el 35% por hombres, el promedio de las edades es de 23 años y las carreras se distribuyeron de la siguiente manera: Administración 46%, Comunicación 30%, Bioingeniería 11%, Ingeniería industrial 7%, Psicología e informática con el 1% respectivamente. El 55% contestó que no ha realizado en algún momento acción para emprender, mientras que el 63% ha tomado algún curso de creación de empresas o empresarial. El 55% manifiesta el interés por ser contactado por una incubadora universitaria. El 48 % de los alumnos manifiesta tener algún familiar empresario en la familia.

Se identificó el comportamiento de la muestra respecto a su distribución, para ello se plantea como hipótesis nula de que la distribución es normal para los cuales los valores de P fueron mayores a 0.05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula y se concluye que hay evidencias suficientes para pensar que la muestra proviene de la distribución especificada, con un nivel de significación de 5%.

En la Figura 12 se presentan la matriz de gráficas de distribución de frecuencias para cada dimensión: IE(IEescala), AE(AEescala), NS(NSescala), AC(ACescala), ACE(ACEescala) y RM(RMescala).

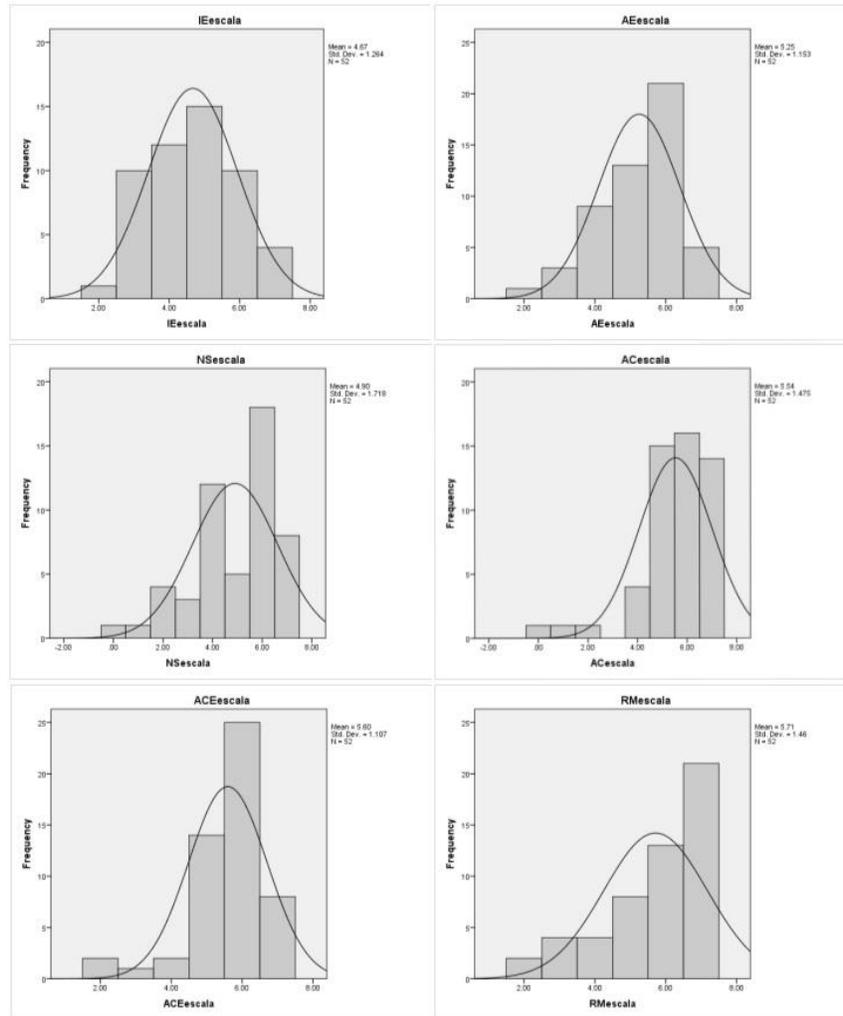


Figura 12. Gráficas de distribución normal por dimensión. SPSS 23 en 2019.

En el análisis correlacional se encontraron las siguientes medias y cuartiles. La escala para intención emprendedora (IE) va de 1 a 7. Donde 1 indica una baja intención emprendedora y 7 indica el más alto nivel de intención emprendedora. La escala para autoeficacia (AE) va de 1 a 7. Donde 1 indica una baja autoeficacia y 7 indica el más alto nivel de autoeficacia. La escala para norma subjetiva (NS) va de 1 a 7. Donde 1 indica baja presión social y 7 indica un alto nivel de presión social. La escala para actitud (AC) va de 1 a 7. Donde 1 indica una baja actitud y 7 indica el más alto nivel de actitud. La escala para apoyo a la cultura emprendedora (ACE) va de 1 a 7.

Donde 1 indica un bajo nivel de apoyo a la cultura emprendedora y 7 indica un alto nivel de apoyo a la cultura emprendedora. La escala para rol del maestro (RM) va de 1 a 7. Donde 1 indica un bajo nivel de interés por seguir al maestro como modelo emprendedor y 7 indica el más alto nivel de atención al rol del maestro como modelo emprendedor a seguir. En el análisis por cuartiles se identifica que arriba que las respuestas de las dimensiones están en un nivel medio a alto (ver Tabla 13).

Tabla 13.

Resultado de análisis de frecuencia. SPSS 23 en 2019.

		IE	AE	NS	AC	ACE	RM
Media		243.00	273.00	288.00	288.00	291.00	297.00
Cuartiles	25	4	4.25	5	5	5	5
	50	5	5.50	5.50	6	6	6
	75	6	6	6	7	6	7

Los resultados del correlacional de Pearson muestran que las dimensiones presentan una correlación aceptable entre ellas, con un grado de significancia inferior a .05 en la mayoría de sus correlaciones. Por lo que se procede a aceptar que se encuentran relacionadas y miden el constructo. El análisis de correlación de Pearson indicó que hubo una correlación positiva entre las variables, como se ilustró en la Tabla 14. Es decir, se tiene evidencia de que, para mayores niveles de Intención emprendedora, también hay mayores niveles de Autoeficacia ($r=.784$, $p<.05$), Norma Subjetiva ($r=.238$, $p<.05$), Actitud ($r=.433$, $p<.05$), Apoyo a la Cultura Emprendedora ($r=.450$, $p<.05$) y Rol del Maestro ($r=.288$, $p<.05$).

Tabla 14.

Resultados de correlación de Pearson entre dimensiones. SPSS 23 en 2019.

		IEescala	AEescala	NSescala	ACescala	ACEescala	RMescala
IEescala	Correlación Pearson	1	.784**	.238	.433**	.450**	.288*
	Sig. (2-tailed)		.000	.089	.001	.001	.038
	N	52	52	52	52	52	52
AEescala	Correlación Pearson	.784**	1	.359**	.554**	.419**	.440**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000	.002	.001
	N	52	52	52	52	52	52
NSescala	Correlación Pearson	.238	.359**	1	.648**	.474**	.215
	Sig. (2-tailed)	.089	.009		.000	.000	.125
	N	52	52	52	52	52	52
ACescala	Correlación Pearson	.433**	.554**	.648**	1	.544**	.347*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.012
	N	52	52	52	52	52	52
ACEescala	Correlación Pearson	.450**	.419**	.474**	.544**	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
RMescala	Correlación Pearson	.288*	.440**	.215	.347*	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.038	.001	.125	.012	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

Dadas las características de los datos y para implementar una estrategia de análisis comparable con la de Rueda, Moriano y Liña (2015), se llevaron a cabo todos los análisis mediante el método Análisis Factorial Confirmatorio (CFA). Dichos análisis se realizaron mediante el software SPSS AMOS 23. El resultado del análisis factorial confirmatoria se muestra en la Figura 13.

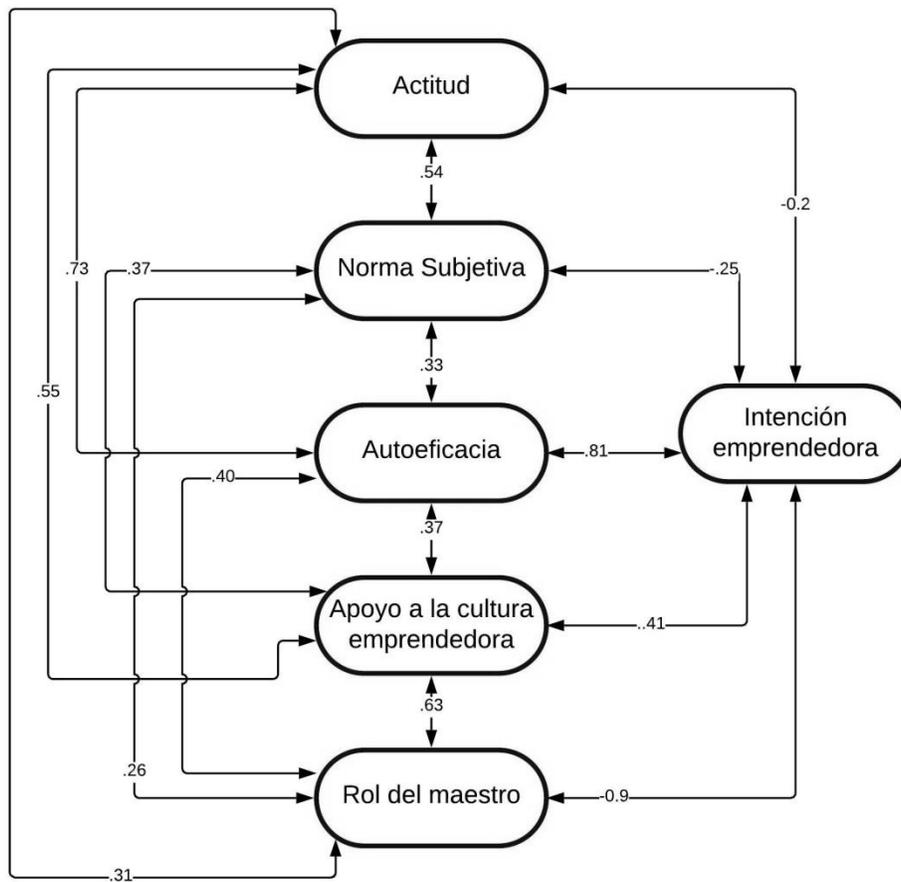


Figura 13. Resultado del análisis factorial confirmatorio del modelo propuesto. Elaboración propia en 2019.

Como se ilustra en la Figura 9 el indicador más alto resultó ser la autoeficacia con un valor de $.81$ y el menor es el apoyo a la cultura emprendedora con valor de $.41$, seguido tenemos relaciones negativas siendo las más altas norma subjetiva con $-.25$, rol del maestro con $-.9$ y actitud con $-.2$.

Las relaciones son relativamente altas y concuerda con otros estudios en donde se presenta que la norma subjetiva es la que menos presenta importancia frente a la intención emprendedora (Rueda, Moriano y Liña, 2015; Osorio y Londoño Roldán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y

Molero, 2017). Las variables incluidas en el modelo presentan un valor medio, comparada con la más alta que es Autoeficacia y mucho mayor que el de Norma Subjetiva.

En la Tabla 15 se muestran las cargas factoriales obtenidas para la intención emprendedora y autoeficacia.

Tabla 15.

Resultados del análisis de confiabilidad y validez del indicador intención emprendedora y autoeficacia. Elaboración propia en 2019.

Factor	Indicador	Carga Factorial	Alpha de Cronbach
Intención emprendedora	IE1	.95	.823
	IE2	.89	
	IE3	-.12	
	IE4	.90	
	IE5	.70	
	IE6	.67	
	IE7	.66	
Autoeficacia	A1	.89	.926
	A2	.91	
	A3	.80	
	A4	.84	
	A5	.75	
	A6	.80	
	A7	.56	
	A8	.55	
	A9	.59	
	A10	.55	

En la Tabla 16 se muestran las cargas factoriales obtenidas para la norma subjetiva y actitud.

Tabla 16.

Resultados del análisis de confiabilidad y validez del indicador intención norma subjetiva y actitud. Elaboración propia en 2019.

Factor	Indicador	Carga Factorial	Alpha de Cronbach
Norma Subjetiva	N1	.64	.882
	N2	.57	
	N3	.74	
	N4	.94	
	N5	.90	
Actitud	AC1	.96	.924
	AC2	.88	
	AC3	.86	
	AC4	.68	
	AC5	.68	
	AC6	.80	

En la Tabla 17 se muestran las cargas factoriales obtenidas para la norma Rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora.

Tabla 17.

Resultados del análisis de confiabilidad y validez. Elaboración propia en 2019.

Factor	Indicador	Carga Factorial	Alpha de Cronbach
Rol Maestro	R1	.75	.917
	R2	.93	
	R3	.86	
	R4	.91	
Apoyo a la Cultura Emprendedora	C1	.52	.920
	C2	.49	
	C3	.47	
	C4	.56	
	C5	.57	
	C6	.81	
	C7	.85	
	C8	.71	
	C9	.95	
	C10	.78	
	C11	.87	
	C12	.56	

Cada uno de los indicadores que componen a las diferentes dimensiones incluidas en el modelo, cabe destacar que dieron en su mayoría resultados positivos. Para todos los reactivos se buscó

una carga factorial mayor a .60 (Rueda, Moriano y Liña, 2015) mientras que otros autores (Osorio y Londoño Roldán, 2015) plantean que para estudios exploratorios el .40 es aceptable. Siguiendo los lineamientos de Osorio y Londoño Roldán (2015) solo el ítem IE3 obtuvo una carga factorial negativa de -.12.

El Alfa de Cronbach del instrumento MIEAIU es de .957. Los autores Laguía, Moriano, Gámez y Molero (2017) consideran que el valor recomendado para un buen Alfa de Cronbach es de 0.7. A continuación se describen las variables utilizadas en este instrumento.

Actitud: La actitud se mide con dos subgrupos, el primero consta de 6 ítems con puntuaciones que van de 1 (totalmente improbable) y 7 (totalmente probable). El segundo consta de 6 ítems que van de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). Para obtener un dato válido de estos dos subgrupos se multiplicó el primer elemento de lo que supondría ser emprendedor con el primer elemento de lo que es deseable y después se dividió entre 7. El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .924.

Norma subjetiva: La norma subjetiva se divide en dos subgrupos el primero se divide en 5 ítems que hace referencia a lo que piensan los demás, la puntuación para este subgrupo va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El segundo grupo que hace referencia a cómo afecta la opinión de otras personas, se conforma de 5 ítems con una puntuación que va de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). Para obtener un dato válido de estos dos subgrupos se multiplicó el primer elemento de lo que piensan los demás con el primer elemento de cómo afecta la opinión y después se dividió entre 7. El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .882.

Autoeficacia: Para la autoeficacia se utilizó un grupo de 10 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .926.

Intención emprendedora: Para la intención se utilizó un grupo de 7 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .823.

Apoyo a la cultura emprendedora: Para el apoyo a la cultura emprendedora se tiene un grupo de 12 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .920.

Rol del maestro: Para el rol del maestro se tiene un grupo de 4 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .917.

El Alfa de Cronbach del instrumento MIEAIU es de .957. Los autores Laguía, Moriano, Gámez y Molero (2017) consideran que el valor recomendado para un buen Alfa de Cronbach es de 0.7. A continuación se describen las variables utilizadas en este instrumento.

Actitud: La actitud se mide con dos subgrupos, el primero consta de 6 ítems con puntuaciones que van de 1 (totalmente improbable) y 7 (totalmente probable). El segundo consta de 6 ítems que van de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). Para obtener un dato válido de estos dos subgrupos se multiplica el primer elemento de lo que supondría ser emprendedor con el primer elemento de lo que es deseable y después se dividió entre 7. El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .924.

Norma subjetiva: La norma subjetiva se divide en dos subgrupos el primero se divide en 5 ítems que hace referencia a lo que piensan los demás, la puntuación para este subgrupo va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El segundo grupo que hace referencia a cómo afecta la opinión de otras personas, se conforma de 5 ítems con una puntuación que va de 1 (nada importante) a

7(muy importante). Para obtener un dato valido de estos dos subgrupos se multiplico el primer elemento de lo que piensan los demás con el primer elemento de cómo afecta la opinión y después se dividió entre 7. El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .882.

Autoeficacia: Para la autoeficacia se utilizó un grupo de 10 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .926.

Intención emprendedora: Para la intención se utilizó un grupo de 7 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .823.

Apoyo a la cultura emprendedora: Para el apoyo a la cultura emprendedora se tiene un grupo de 12 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .920.

Rol del maestro: Para el rol del maestro se tiene un grupo de 4 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta dimensión es de .917.

El instrumento diseño el Cuestionario de Medición de Intención Emprendedora para Alumnos que cuentan con Incubadora Universitaria (MIEAIU) el cual se anexa en el Apéndice 1.

En relación a la validez de expertos, se utilizó la metodología de Lawshe propuesta por Tristán López (2008) donde se refiere a la evaluación de validez de un instrumento utilizando un panel de expertos en el tema conocida como Content Validity Ratio (CVR) definida por la fórmula:

$$CVR = \frac{n_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

Aquí se busca que los jueces respondan con el máximo valor de 4 (n_e). Siendo N el total de jueces que participaron.

Esto es apoyado por Escobar y Cuervo (2008) donde plantean que la validez se debe hacer por expertos en el tema. La evaluación utilizada fue de jueceo individual, donde se les hizo llegar el cuestionario y la plantilla de evaluación a los jueces y ellos calificaron el ítem según la tabla propuesta por los autores Alarcón, Balderrama y Edel (2017) en su trabajo. Ver Tabla 18.

Tabla 18.

Resultado de análisis de frecuencia. SPSS 23 en 2019.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión y bastan para obtener a medición de ésta.	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2. Bajo Nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintaxis y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por el orden de las mismas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial e importante, es decir, debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Se siguió el procedimiento propuesto por los autores (Escobar y Cuervo, 2008) y Alarcón, Balderrama y Edel (2017) y se busca una medida alta de acuerdo entre los jueces. Según la tabla de resultados de Lawshe el mínimo de CVR1 para tres jueces es de .33. Dado los resultados obtenidos no se quitaron ítems del cuestionario.

El cuestionario diseñado para medir la intención emprendedora (MIEAIU) se anexa en el Apéndice 1.

RESULTADOS PRIMERA FASE

Para la validación de este instrumento se encontró que el 71% de los alumnos encuestados trabajan y el 30% de los alumnos manifestó haber iniciado acciones para empezar un negocio y el 29% también manifestó haber tomado cursos para cumplir con este objetivo.

Entre los alumnos el 63% tiene conocimiento de que en su institución existe un programa de emprendimiento y de estos el 84% no conoce los objetivos de este. El 68% de los alumnos contestaron que los maestros no mencionaron la existencia del programa de emprendimiento.

En cuestión de la incubadora universitaria el 43% tiene conocimiento de la existencia de la incubadora y solo el 9% conoce el programa de la incubadora universitaria. El 86% de los alumnos expresaron que el maestro no dio información sobre la incubadora.

Al preguntar si desearían ser contactados por la incubadora universitaria se obtuvo que de UNISON 63% aceptaron siendo mujeres las más interesadas en ser contactadas. Mientras que en UABC 68% aceptaron de los cuales las mujeres también son las que más interesadas están. En total 65% aceptaron ser contactados por una incubadora, ver Tabla 19 para resultados del análisis de tablas de contingencia.

Tabla 19.

Tabla de contingencia para ser contactados por una incubadora y sexo según la universidad. SPSS 23 en 2019.

Universidad			Sexo		
			Mujer	Hombre	Total
UNISON	Ser contactado	NO	67%	33%	37%
		SI	59%	41%	63%
	Total		62%	38%	269
UABC	Ser contactado	NO	57%	42%	31%
		SI	64%	36%	68%
	Total		62%	38%	190
Total	Ser contactado	NO	63%	37%	35%
		SI	61%	39%	65%
	Total		62%	38%	459

Lo que sigue es hacer un análisis de las distribuciones que presenta cada dimensión en este primer estudio, para lo cual a continuación se presentan los histogramas de distribución.

La distribución normal de la intención emprendedora o IE de forma general se ve el siguiente histograma de distribución normal, teniendo una distribución positiva con una media de 4.95 y una desviación estándar de 1.093. En cuanto al histograma de la autoeficacia AE muestra una distribución normal con una media de 5.19 y una desviación estándar de 1.272. Ver Figuran 14.

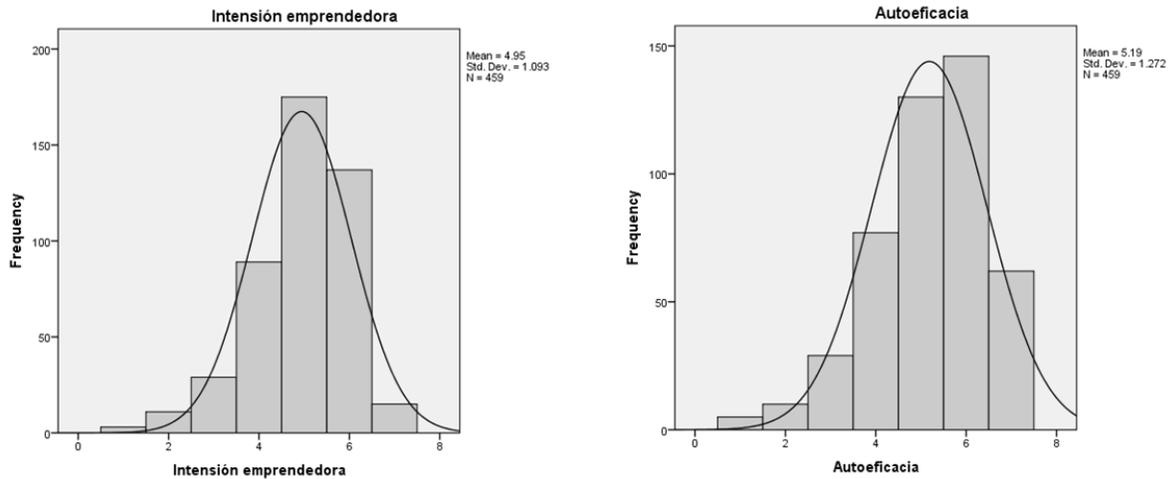


Figura 14. Histograma intención emprendedora y autoeficacia. SPSS 23 en 2019.

El histograma de la norma subjetiva NS muestra una distribución con una media de 4.76 y una desviación estándar de 1.454. Por su parte histograma de la actitud AC muestra una distribución normal con una media de 5.79 y una desviación estándar de 1.129. Ver Figura 15.

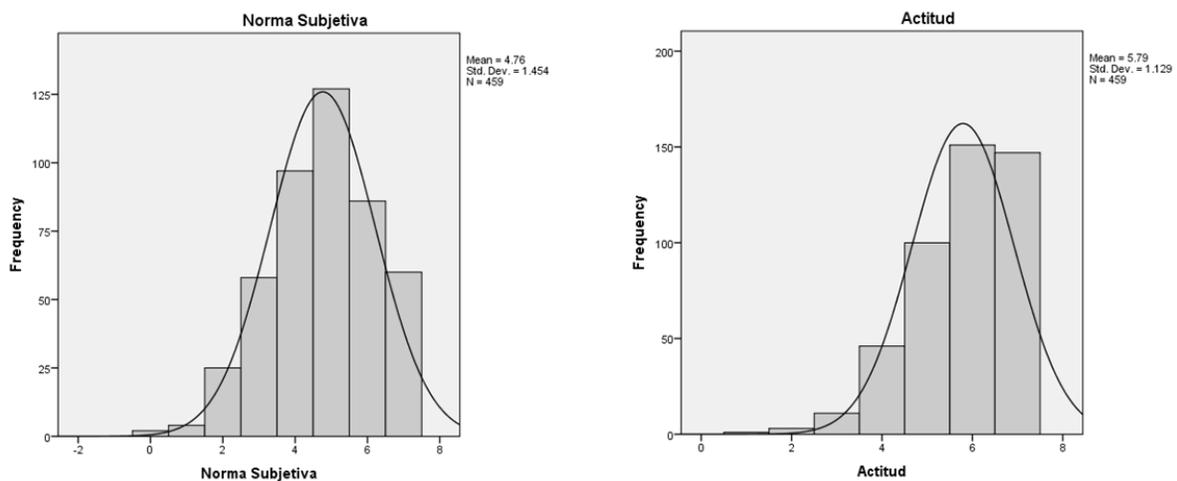


Figura 15. Histograma norma subjetiva y actitud. SPSS 23 en 2019.

El histograma para el apoyo a la cultura emprendedora ACE muestra una distribución normal con una media de 5.5 y una desviación estándar de 1.205 y el histograma para el rol del maestro ROLMTRO muestra una distribución no normal con una media de 5.81 y una desviación estándar de 1.255. Ver Figura 16.

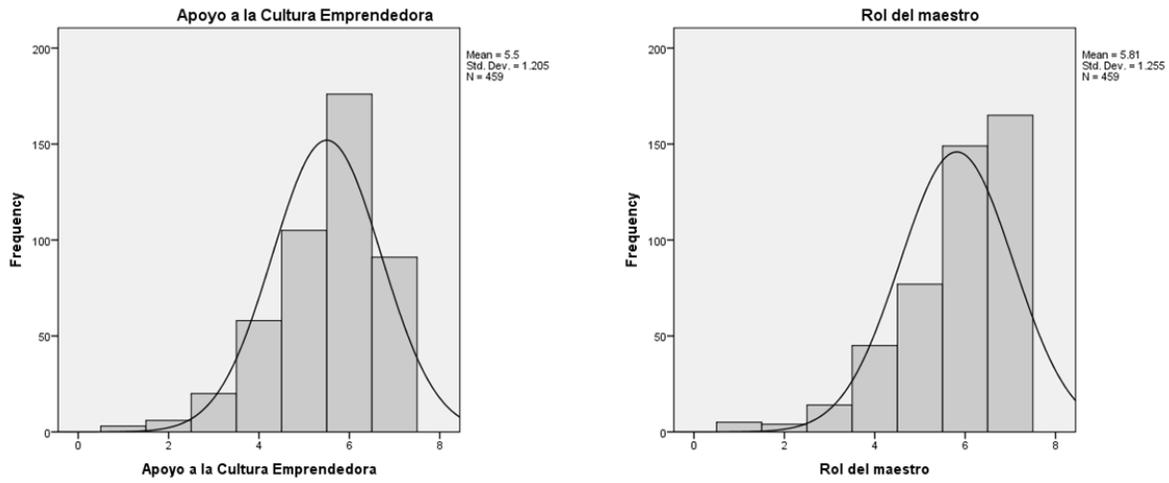


Figura 16. Histograma de apoyo a la cultura emprendedora y rol del maestro. SPSS 23 en 2019.

A continuación, se presenta las distribuciones normales por institución. La intención emprendedora o IE. El histograma para UNISON muestra una distribución normal positiva con una media de 5.06 y una desviación estándar de 1.013 mientras que la IE para UABC muestra una distribución normal con una media de 4.75 y una desviación estándar de 1.171, ver Figura 17.

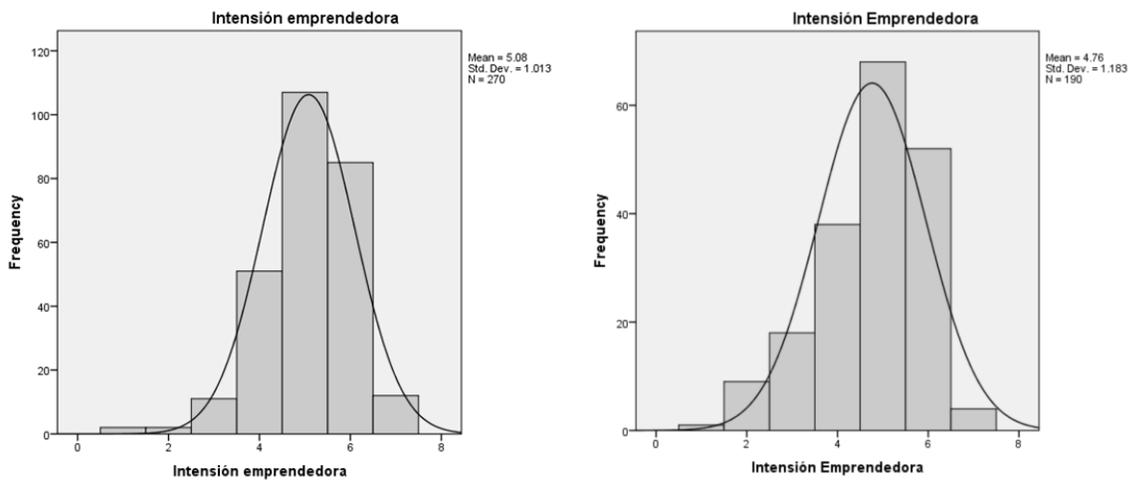


Figura 17. Histograma intención emprendedora UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

En cuanto al histograma de la autoeficacia AE muestra una distribución para UNISON normal positiva con una media de 5.27 y una desviación estándar de 1.172 y UABC con distribución normal con una media de 5.06 y una desviación estándar de 1.395, ver Figura 18.

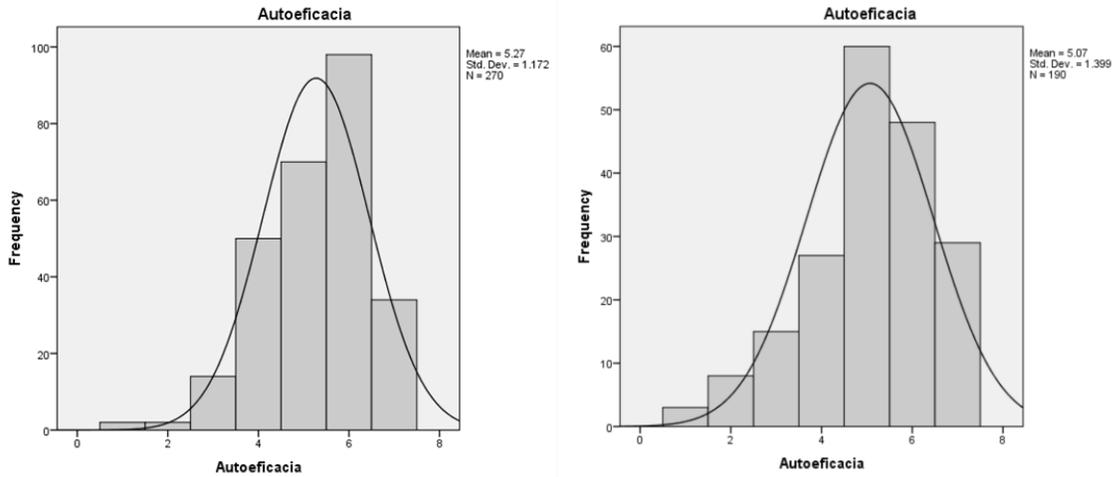


Figura 18. Histograma de autoeficacia UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

El histograma de la norma subjetiva NS para UNISON muestra una distribución con una media de 4.81 y una desviación estándar de 1.36 y para UABC muestra una distribución con una media de 4.69 y una desviación estándar de 1.579, ver Figura 19.

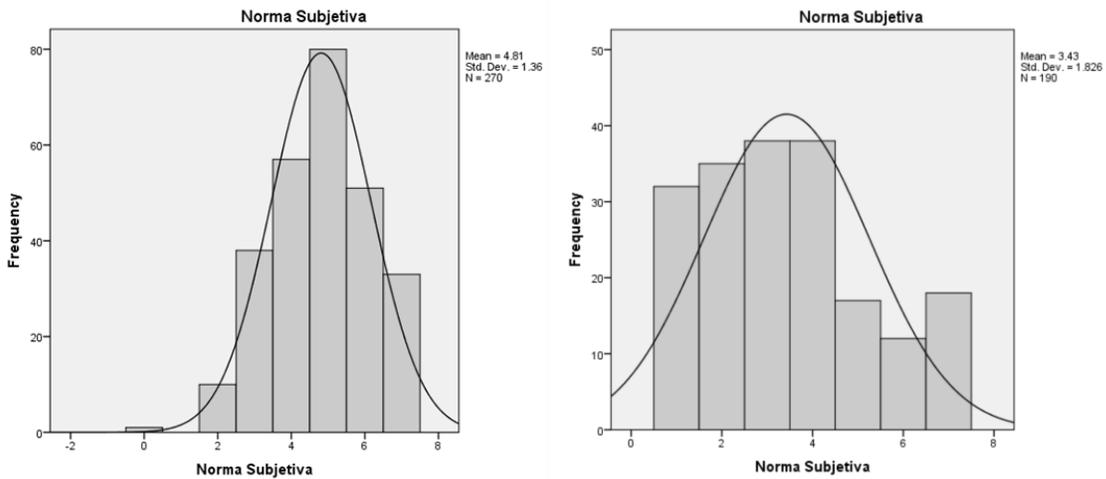


Figura 19. Histograma norma subjetiva UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

Por su parte histograma de la actitud AC para UNISON muestra una distribución normal positiva con una media de 5.9 y una desviación estándar de 1.052 y UABC muestra una distribución normal positiva con una media de 5.64 y una desviación estándar de 1.216, ver Figura 20.

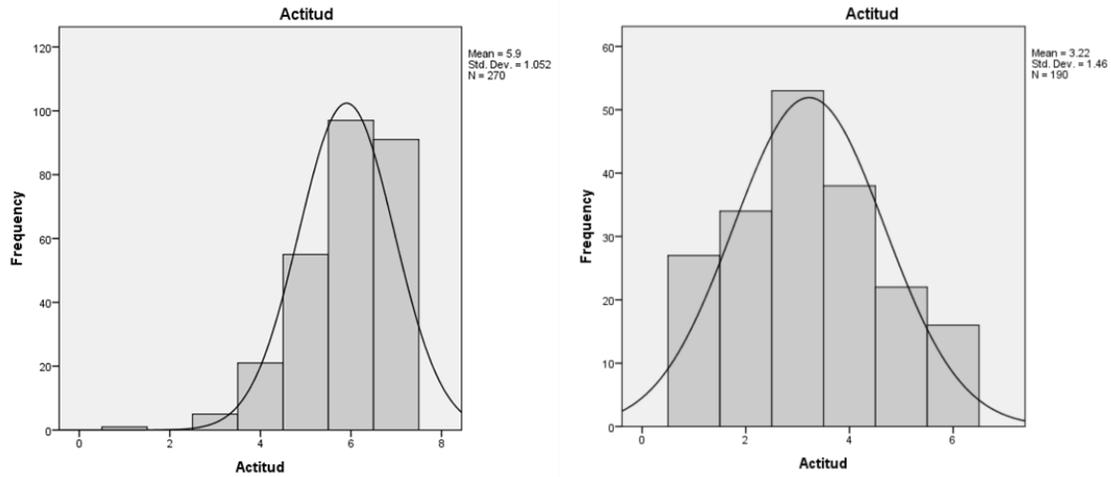


Figura 20. Histograma actitud UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

El histograma para el apoyo a la cultura emprendedora ACE de UNISON muestra una distribución normal con una media de 5.45 y una desviación estándar de 1.139 y para UABC muestra una distribución normal con una media de 5.58 y una desviación estándar de 1.294, ver Figura 21.

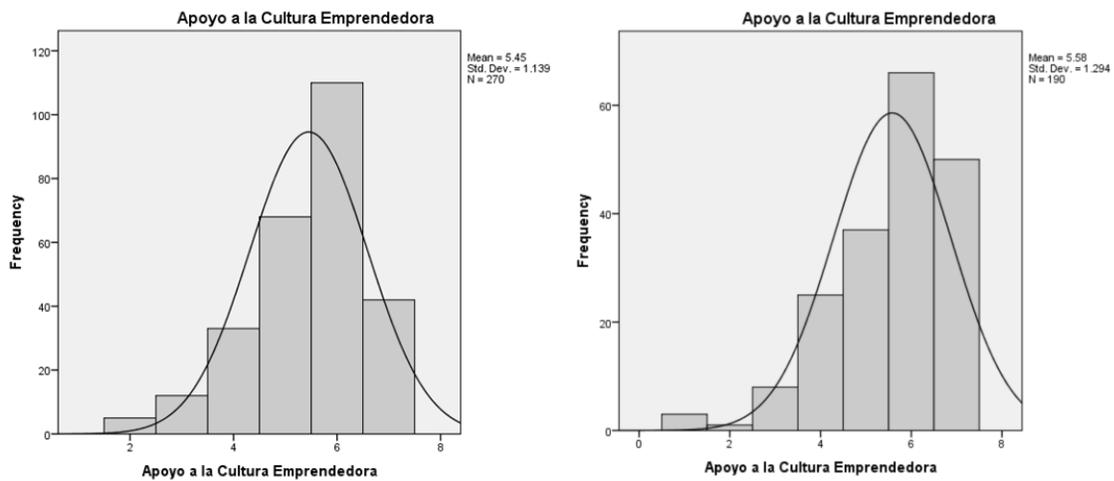


Figura 21. Histograma de apoyo a la cultura emprendedora UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

El histograma para el rol del maestro ROLMTR0 de UNISON muestra una distribución no normal con una media de 5.87y una desviación estándar de 1.185 y para UABC muestra una distribución normal con una media de 5.74y una desviación estándar de 1.346, ver Figura 22.

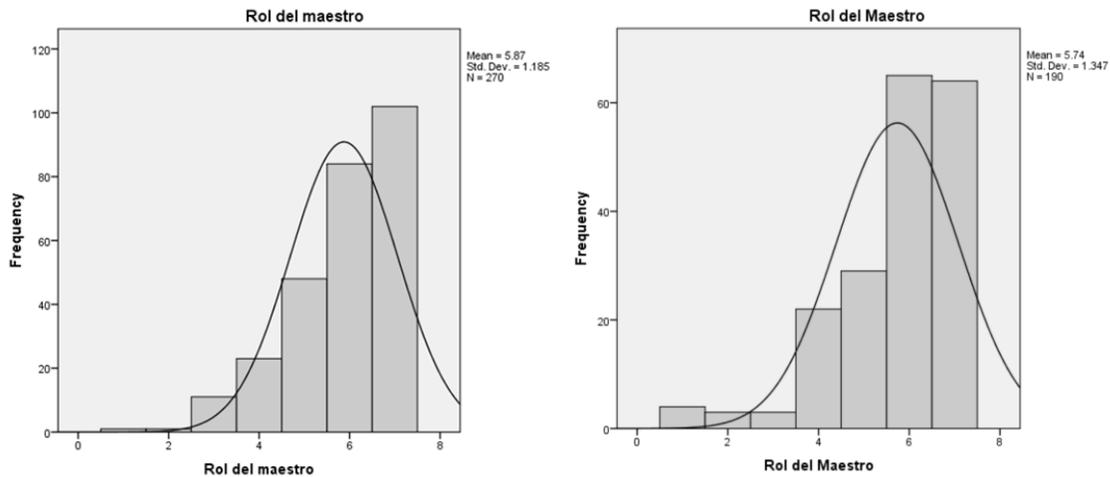


Figura 22. Histograma de rol del maestro UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

Para la Fiabilidad del instrumento MIEAIU se presenta un alfa de Cronbach .963, de forma individual el alfa de Cronbach para los datos correspondientes a la UNISON es de .957 y para UABC es de .970.

A continuación, se describe las escalas empleadas en el MIEAIU.

Para la intención emprendedora se utilizó un grupo de 7 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta subescala fue de .870 y de forma individual UNISON .725 y UABC .772.

Para la autoeficacia se utilizó un grupo de 10 ítems con una puntuación que va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El Alfa de Cronbach para esta subescala fue de .923 y de forma individual UNISON .889 y UABC .950.

La norma subjetiva se divide en dos subgrupos el primero se divide en 5 ítems que hace referencia a lo que piensa los demás, la puntuación para este subgrupo va de 1 (total desacuerdo) a 7 (acuerdo total). El segundo grupo que hace referencia a cómo afecta la opinión de otras

personas, se conforma de 5 ítems con una puntuación que va de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). Para obtener un dato válido de estos dos subgrupos se multiplicó el primer elemento de lo que piensan los demás con el primer elemento de cómo afecta la opinión y después se dividió entre 7. Esto da como resultado un Alfa de Cronbach de .828 y de forma individual UNISON .896 y UABC .936.

La actitud se mide con dos subgrupos, el primero consta de 6 ítems con puntuaciones que van de 1 (totalmente improbable) y 7 (totalmente probable). El segundo consta de 6 ítems que van de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). Para obtener un dato válido de estos dos subgrupos se multiplicó el primer elemento de lo que supondría ser emprendedor con el primer elemento de lo que es deseable y después se dividió entre 7. Esto da como resultado un Alfa de Cronbach de .830 y de forma individual UNISON .913 y UABC .945.

Para el apoyo a la cultura emprendedora se tiene un grupo de 12 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta subescala es de .902 y de forma individual UNISON .889 y UABC .943.

Para el rol del maestro se tiene un grupo de 4 ítems, los cuales se miden con una puntuación de 1 (nada importante) a 7 (muy importante). El Alfa de Cronbach para esta subescala es de .871 y de forma individual UNISON .873 y UABC .899.

ANÁLISIS DE LAS CARGAS

Para la fiabilidad de los indicadores y la varianza se explica por la variable latente, por lo que se utiliza la evaluación por medio de cargas factoriales (Seidel y Black, 2009; Gotz, Liehr-Gobbers y Krafft, 2010). La carga que se busca es un valor de .70 o mayor (Barclay, Higgins y

Thompson, 1995; Henseler, Ringle y Sinkovics, 2009), también siendo aceptable un valor de .50 cuando existen otros indicadores en el constructo (Chin, 1998; Hair et al., 2012; Galván, 2019).

Para evaluar el modelo se hicieron dos corridas, en la primera se analizan las cargas de todos los ítems y se detectó que 1 ítem del constructo intención emprendedora (IE) presentó cargas menores a .50 y al no cumplir con el criterio se procedió a eliminarlo, este fue el IE3, “Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa”, con un valor de carga de -.248. Se vuelve a correr el modelo habiendo eliminado este ítem y se analizaron los nuevos resultados, valor t y carga, que se presentan en la tabla 20.

Tabla 20.

Resultado del análisis factorial del modelo propuesto parte 1. Elaboración propia en 2019. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	Ítem	Carga	Valor t
Intensión emprendedora	IE1	0.798	32.439
	IE2	0.832	45.129
	IE4	0.865	51.684
	IE5	0.820	42.548
	IE6	0.669	22.157
	IE7	0.685	22.584
	Autoeficacia	AE1	0.786
AE2		0.762	27.724
AE3		0.766	26.967
AE4		0.801	39.151
AE5		0.774	29.251
AE6		0.838	46.256
AE7		0.753	29.968
AE8		0.735	27.021
AE9		0.731	26.62
AE10		0.727	26.729
Norma Subjetiva	NS1	0.666	14.393
	NS2	0.708	15.592
	NS3	0.759	20.28
	NS4	0.864	32.483
	NS5	0.836	26.995
Actitud	AC1	0.790	31.787
	AC2	0.750	27.309
	AC3	0.760	23.666
	AC4	0.644	14.904
	AC5	0.734	24.808
	AC6	0.723	21.583
Apoyo a la Cultura Emprendedora	ACE1	0.660	17.654
	ACE2	0.675	17.447
	ACE3	0.748	21.878
	ACE4	0.752	22.573
	ACE5	0.776	24.016
	ACE6	0.767	26.508
	ACE7	0.627	12.334
	ACE8	0.622	12.996
	ACE9	0.758	22.398
	ACE10	0.614	11.728
	ACE11	0.693	15.465
	ACE12	0.534	10.234
Rol del Maestro	RM1	0.789	22.804
	RM2	0.879	46.52
	RM3	0.897	72.962
	RM4	0.836	35.927

Los valores t presentados son superiores a 3.291 lo que significa que son estadísticamente significativos.

VALIDEZ DE CONVERGENCIA

Este valor muestra el grado de representación que tienen los indicadores con su constructo, que es el cálculo de porcentaje de varianza interpretado por los factores latentes del error de medición (Shyu, Li y Tang, 2013). Esto se mide por medio del promedio de varianza extraída o Average Variance Extracted o AVE por sus siglas en inglés (Fornell y Larcker, 1981). Este valor debe ser mayor que 0.5, si este valor es mayor a 0.5 la confianza del constructo es mayor (Hair et al., 2005; Wu, 2008). La tabla 21 refleja los resultados y se ve como son mayores a .50, a excepción del Apoyo a la Cultura Emprendedora con un valor de .475.

Tabla 21.

Resultado AVE parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AVE
Intención emprendedora	0.611
Auto Eficacia	0.590
Norma Subjetiva	0.593
Actitud	0.540
Apoyo a la Cultura Emprendedora	0.475
Rol del Maestro	0.724

VALIDEZ DISCRIMINANTE

La validez discriminante se usa para asegura que el constructo sea empíricamente único y representa el fenómeno de interés que otras medidas en un modelo estructural no puedan captar (Hair, Black, Babin y Anderson, 2010). Esta busca comprobar que las variables miden realmente lo que deben medir (Shyu, Li y Tang, 2013).

En la tabla 22 podemos ver la matriz de correlación, en esta observamos el promedio de la varianza extraída para cada una de las variables latentes. Según el análisis de datos podemos ver que los valores AVE son superiores a las correlaciones entre constructos por lo que se puede afirmar que hay validez discriminante.

Tabla 22.

Matriz de correlación entre constructo y AVE (Criterio Fornell – Lacker) parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC	0.735					
ACE	0.489	0.690				
AE	0.513	0.433	0.768			
IE	0.438	0.391	0.737	0.782		
NS	0.414	0.439	0.363	0.303	0.770	
RM	0.348	0.560	0.284	0.317	0.269	0.851

Para poder considerar la validez discriminante se deben de considerar tres criterios: 1) criterio Fornell-Lacker, 2) cargas cruzadas entre indicadores y variables latentes y 3) la matriz de correlaciones (HTMT) (Martínez y Fierro, 2018). En la tabla 23 podemos observar las cargas cruzadas y como estas son mayores a .50, por lo que se puede afirmar validez convergente y también las cargas de los ítems con otros indicadores son débiles, por lo cual se afirma que existe validez discriminante.

Tabla 23.

Carga cruzada de los indicadores y variables latentes del modelo parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC1	0.790	0.380	0.424	0.367	0.320	0.250
AC2	0.750	0.336	0.402	0.345	0.337	0.236
AC3	0.760	0.371	0.434	0.338	0.363	0.281
AC4	0.644	0.248	0.268	0.213	0.202	0.206
AC5	0.734	0.435	0.367	0.289	0.301	0.293
AC6	0.723	0.370	0.337	0.341	0.273	0.268
AE1	0.464	0.233	0.786	0.605	0.237	0.192
AE10	0.296	0.492	0.727	0.521	0.326	0.242
AE2	0.414	0.183	0.762	0.559	0.184	0.128
AE3	0.426	0.241	0.766	0.590	0.293	0.203
AE4	0.486	0.289	0.801	0.562	0.284	0.226
AE5	0.465	0.235	0.774	0.552	0.317	0.219
AE6	0.451	0.256	0.838	0.662	0.277	0.208
AE7	0.305	0.478	0.753	0.539	0.290	0.265
AE8	0.297	0.499	0.735	0.525	0.289	0.270
AE9	0.302	0.491	0.731	0.520	0.307	0.245
ACE1	0.499	0.660	0.337	0.284	0.341	0.356
ACE10	0.263	0.614	0.131	0.136	0.142	0.548
ACE11	0.327	0.693	0.230	0.229	0.238	0.598
ACE12	0.187	0.534	0.125	0.123	0.139	0.534
ACE2	0.537	0.675	0.351	0.352	0.344	0.344
ACE3	0.213	0.748	0.359	0.295	0.321	0.275
ACE4	0.220	0.752	0.352	0.280	0.327	0.283
ACE5	0.249	0.776	0.376	0.304	0.328	0.290
ACE6	0.411	0.767	0.361	0.313	0.401	0.414
ACE7	0.265	0.627	0.192	0.189	0.229	0.409
ACE8	0.224	0.622	0.145	0.118	0.239	0.434
ACE9	0.445	0.758	0.340	0.351	0.366	0.482
IE1	0.369	0.180	0.553	0.798	0.191	0.209
IE2	0.419	0.214	0.552	0.832	0.230	0.235
IE4	0.382	0.188	0.609	0.865	0.220	0.199
IE5	0.385	0.244	0.580	0.820	0.229	0.253
IE6	0.253	0.498	0.574	0.669	0.274	0.295
IE7	0.237	0.496	0.568	0.685	0.267	0.290
NS1	0.365	0.225	0.283	0.278	0.666	0.146
NS2	0.281	0.250	0.228	0.163	0.708	0.147
NS3	0.292	0.349	0.283	0.192	0.759	0.225
NS4	0.302	0.401	0.271	0.202	0.864	0.234
NS5	0.319	0.442	0.305	0.277	0.836	0.269
RM1	0.345	0.484	0.262	0.222	0.245	0.789
RM2	0.265	0.477	0.230	0.255	0.234	0.879
RM3	0.313	0.508	0.258	0.316	0.213	0.897
RM4	0.271	0.441	0.220	0.273	0.234	0.836

Si no se establece la validez discriminante no se puede estar seguro si los resultados son reales o son simplemente inconsistencias estadísticas. El valor de HTMT debe estar por debajo de 1 (Imran, Aziz y Hamid, 2017). Ver tabla 24.

Tabla 24.

Matriz de ratios Heterotrait-Monotrait (HTMT) del modelo parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC						
ACE		0.53				
AE		0.573	0.446			
IE		0.506	0.405	0.819		
NS		0.481	0.471	0.41	0.34	
RM		0.411	0.675	0.32	0.36	0.316

ANÁLISIS DE MULTICOLINEALIDAD

Para detectar multicolinealidad se utiliza el factor de inflación de la varianza (VIF, por sus siglas en inglés). La función de dicho factor es verificar problemas de coeficientes de regresión inflados cuando las variables están muy correlacionadas entre si (Quevedo et al., 2007).

Montgomery y Runger (2008) fijan un valor no superior a .10 como valor que no presentara problemas de multicolinealidad. Como podemos ver en la tabla 25 todos los valores están por debajo de 10.

Tabla 25.

Factores de inflación de varianza (FIVs) de las variables del modelo parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	Ítem	VIF
Actitud	AC1	1.793
	AC2	1.613
	AC3	1.734
	AC4	1.589
	AC5	1.660
	AC6	1.677
Autoeficacia	AE1	3.625
	AE10	9.563
	AE2	3.106
	AE3	2.577
	AE4	3.487
	AE5	2.918
	AE6	4.030
	AE7	4.792
	AE8	2.230
Apoyo a la Cultura Emprendedora	AE9	4.861
	ACE1	1.766
	ACE10	2.443
	ACE11	2.919
	ACE12	1.680
	ACE2	1.826
	ACE3	5.397
	ACE4	6.381
	ACE5	6.952
	ACE6	2.256
	ACE7	2.047
	ACE8	2.127
Intención emprendedora	ACE9	2.505
	IE1	3.559
	IE2	3.177
	IE4	4.463
	IE5	2.466
	IE6	3.498
	IE7	3.528
Norma Subjetiva	NS1	1.336
	NS2	1.652
	NS3	1.923
	NS4	3.905
	NS5	3.292
Rol del Maestro	ROL1	1.937
	ROL2	2.607
	ROL3	2.544
	ROL4	2.092

En la tabla 26 podemos ver el resumen de indicadores del modelo de medida. Con base en el contenido podemos observar que el alfa de Cronbach es considerada Alta, con respecto a la fiabilidad compuesta donde todas las variables latentes exceden el .70.

En relación a rho_A que es la cargas en lugar de las correlaciones observadas entre variable observadas, se arroja resultados por encima de .70 (Chin, 1998; Galván, 2019) en cada constructo.

Con respecto al AVE los valores son superiores a las correlaciones entre constructos, por lo que se afirma que se cuenta con un modelo robusto.

Tabla 26.

Indicadores de confiabilidad y del modelo de media. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

CONSTRUCTO	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	AVE
AC	0.830	0.839	0.875	0.540
ACE	0.902	0.914	0.915	0.475
AE	0.923	0.925	0.935	0.590
IE	0.870	0.870	0.903	0.611
NS	0.828	0.841	0.878	0.593
RM	0.873	0.888	0.913	0.724

También se validó el modelo estructural. Usando los coeficientes de path, R^2 y la valoración de los tamaños de efectos (f^2).

Para valorar la significancia de los coeficientes path se utilizó el proceso de bootstrapping. El bootstrapping es una técnica no paramétrica que prueba los caminos entre variables y su factibilidad. Genera submuestras tomadas de la original para proporcionar un error estándar. El bootstrapping devuelve una aproximación de valores t para evaluar la significancia del path estructural, donde el resultado se aproxima a la normalidad de los datos (Kwong-Kay, 2013; Martínez y Fierro, 2018; Galván, 2019).

El bootstrapping permite generar coeficientes de regresión estandarizados que permiten conocer el efecto directo de las variables independientes sobre las dependientes del modelo estructural planteado (Levy, Varela y Abad, 2006).

Se obtuvieron los siguientes resultados al correr el bootstrapping con 500 iteraciones, con datos de media 0 y varianza 1 y se obtuvieron 500 submuestras (Galván, 2019). Ver tabla 27.

Tabla 27.

Evaluación de coeficientes y estadísticos t de los paths estructurales. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

	Coeficiente path	Media de la muestra	Desviación estándar	Estadísticos t	Valor p
AC -> IE	0.046	0.047	0.041	1.119	0.264
ACE -> IE	0.019	0.023	0.053	0.359	0.72
AE -> IE	0.675	0.674	0.038	17.807	0
NS -> IE	0.004	0.005	0.033	0.114	0.909
RM -> IE	0.098	0.098	0.042	2.311	0.021

En los resultados podemos observar que la relación entre los constructos AC, ACE, NS y RM son bajas, mientras que la asociación entre AE e IE es moderada. Siendo AE y RM significativas por estar por debajo de .05. Lo que indicaría que las hipótesis serán soportadas (Martínez y Fierro, 2018).

En la evaluación del modelo estructural se plantea R^2 como medida de predicción del modelo, ya que indica la variable endógena es explicada por sus variables predictores (Galván, 2019). Este también explica la proporción de la varianza explicada por el constructo exógeno en cada uno de los constructos endógenos (Levy, Varela, Abad, 2006). Se evaluó R^2 considerando valores de .67 como sustancial, .33 como moderado y .19 como débil (Henseler, Ringle y Sinkovics, 2009; Espejel, Fandos, Burgos y Palafox, 2011). En la tabla 28 se tiene los coeficientes de R^2 para las variables latentes.

Intención emprendedora muestra un valor de R^2 de .557 valor moderado, lo que implica que las variables Actitud, Autoeficacia, Norma Subjetiva, Apoyo a la Cultura Emprendedora y Rol del Maestro explican el 57.7% de la varianza de este constructo. En caso de los coeficientes de path el valor más bajo fue de Norma Subjetiva de .004, Actitud con 0.046, Rol del Maestro con un valor de .098 seguido de Autoeficacia con .19, el cual presenta un valor menor al marginal de .20 (Chin, 1998; Galván, 2019).

El rol del maestro con un valor path de 0.098 y el apoyo a la cultura emprendedora con valor de .675 son significativos con un Alpha de menor a 0.05 y valores t correspondientes a 2.311 y 17.807.

Tabla 28.

Evaluación de los efectos directos parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Hipótesis	Coficiente path	Estadístico t	R2	Valor p
H1: La actitud incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.046	1.119	0.557	0.264
H2: La norma subjetiva incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.004	0.114	0.557	0.909
H3: La autoeficacia incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.019	0.359	0.557	0.72
H4: El apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria incrementa la intención emprendedora en el alumno universitarios (Osorio y Londoño Roldán, 2015).	0.675	17.807	0.557	0
H5: El maestro que imparte el curso de emprendimiento incrementa la intención emprendedora en el alumno universitario al terminar el curso (Liñán y Chen, 2009; Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Pertuz et al, 2016; Ma'ruf, Mukhadis, Pali y Akbar, 2018).	0.098	2.311	0.557	0.021

Los resultados de las hipótesis propuestas se muestran en la tabla 29.

Tabla 29.

Contrastación de hipótesis. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Hipótesis	Coefficiente path	Estadístico t	R2	Resultado
H1: La actitud incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.046	1.119	0.557	Rechazo
H2: La norma subjetiva incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.004	0.114	0.557	Rechazo
H3: La autoeficacia incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.019	0.359	0.557	Rechazo
H4: El apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria incrementa la intención emprendedora en el alumno universitarios (Osorio y Londoño Roldán, 2015).	0.675	17.807	0.557	No Rechazo
H5: El maestro que imparte el curso de emprendimiento incrementa la intención emprendedora en el alumno universitario al terminar el curso (Liñán y Chen, 2009; Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Pertuz et al, 2016; Ma'ruf, Mukhadis, Pali y Akbar, 2018).	0.098	2.311	0.557	No Rechazo

Con los resultados obtenidos con un nivel de confianza de 99.9% podemos decir que:

- 1) El apoyo a la cultura emprendedora se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.
- 2) El rol del maestro se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.

En general los resultados del modelo final se presentan en la figura 23.

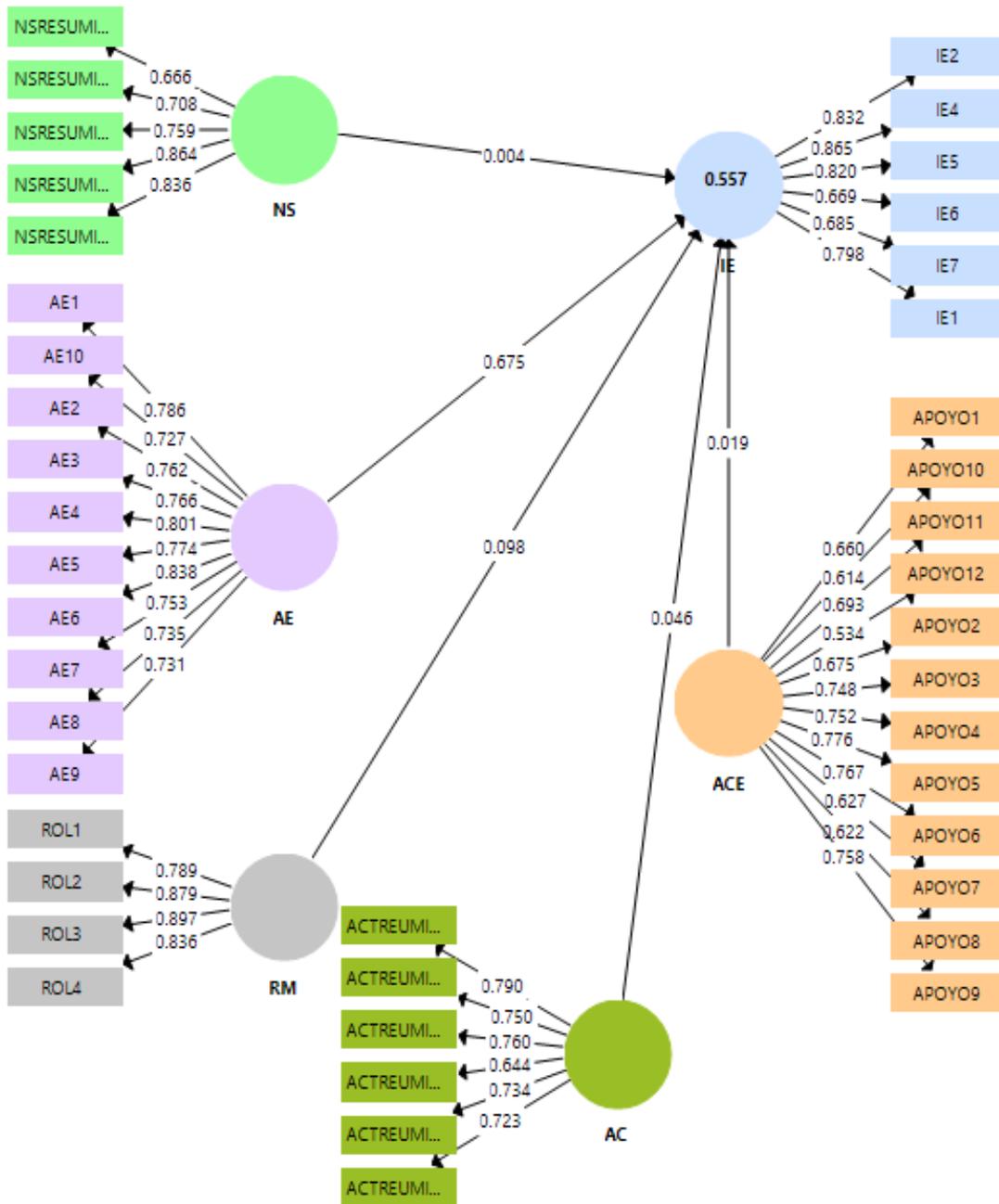


Figura 23. Resultado del análisis PLS del modelo propuesto parte 1. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

RESULTADOS SEGUNDA FASE

Entre los alumnos el 72% tiene conocimiento de que en su institución existe un programa de emprendimiento y de estos el 75% no conoce los objetivos de este. El 55% de los alumnos contestaron que los maestros no mencionaron la existencia del programa de emprendimiento.

En cuestión de la incubadora universitaria el 64% tiene conocimiento de la existencia de la incubadora y solo el 18% conoce el programa de la incubadora universitaria. El 74% de los alumnos expresaron que el maestro no dio información sobre la incubadora.

Al preguntar si desearían ser contactados por la incubadora universitaria se obtuvo que de UNISON 63% aceptaron siendo mujeres las más interesadas en ser contactadas. Mientras que en UABC 68% aceptaron de los cuales las mujeres también son las que más interesadas están. En total 65% aceptaron ser contactados por una incubadora, ver Tabla 30 para resultados del análisis de tablas de contingencia.

Tabla 30.

Tabla de contingencia para ser contactados por una incubadora y sexo según la universidad. SPPS 23 en 2019.

Universidad			Sexo		
			Mujer	Hombre	Total
UNISON	Ser contactado	NO	21	14	35
		SI	40	23	63
	Total		61	37	98
UABC	Ser contactado	NO	55	31	86
		SI	93	56	149
	Total		148	87	235
Total	Ser contactado	NO	76	45	121
		SI	133	79	212
	Total		124	209	333

Lo que sigue es hacer un análisis de las distribuciones que presenta cada dimensión en este primer estudio, para lo cual a continuación se presentan los histogramas de distribución.

La distribución normal de la intención emprendedora o IE de forma general se ve el siguiente histograma de distribución normal, teniendo una distribución positiva con una media de 5.01 y una desviación estándar de 1.068. En cuanto al histograma de la autoeficacia AE muestra una distribución normal con una media de 5.29 y una desviación estándar de 1.118. Ver Figura 24.

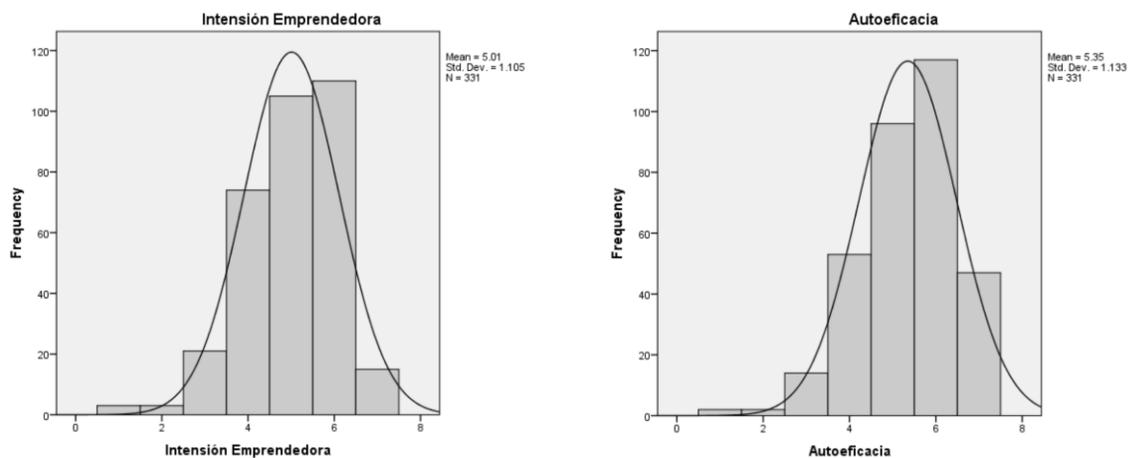


Figura 24. Histograma intención emprendedora y autoeficacia. SPSS 23 en 2019.

El histograma de la norma subjetiva NS muestra una distribución con una media de 4.91 y una desviación estándar de 1.333. Por su parte histograma de la actitud AC muestra una distribución normal con una media de 5.78 y una desviación estándar de 1.025. Ver Figura 25.

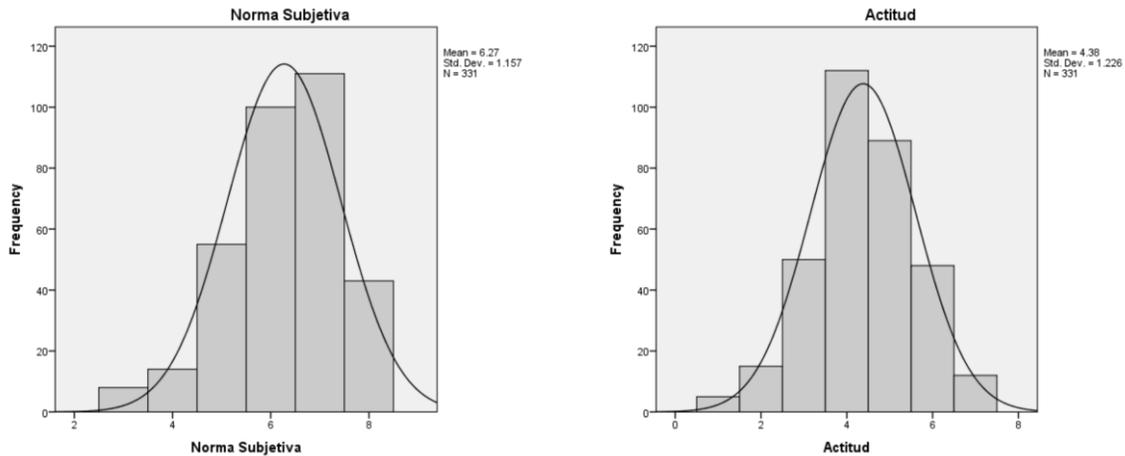


Figura 25. Histograma norma subjetiva y actitud. SPSS 23 en 2019.

El histograma para el apoyo a la cultura emprendedora ACE muestra una distribución normal con una media de 5.57 y una desviación estándar de 1.066 y el histograma para el rol del maestro ROLMTRO muestra una distribución no normal con una media de 5.65 y una desviación estándar de 1.186. Ver Figura 26.

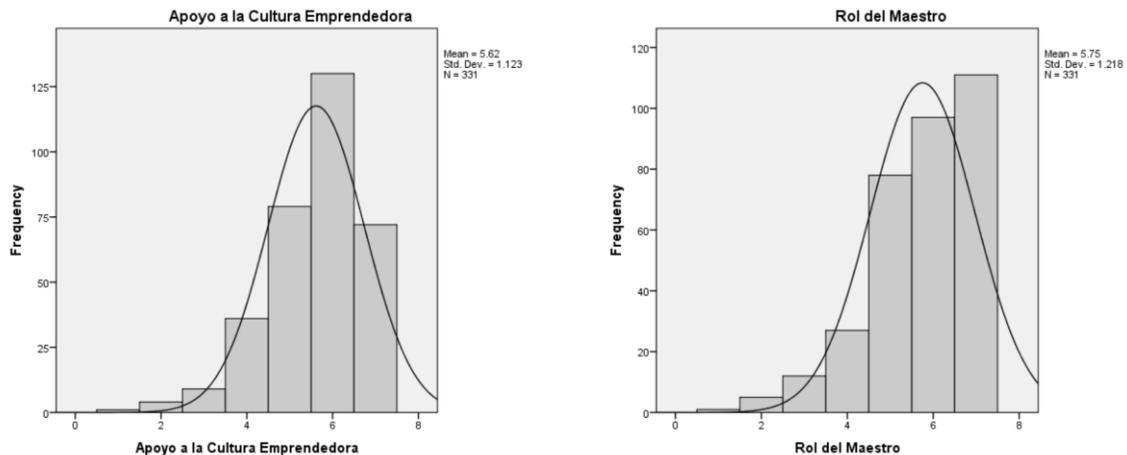


Figura 26. Histograma de apoyo a la cultura emprendedora y rol del maestro. SPSS 23 en 2019.

A continuación, se presenta las distribuciones normales por institución. La intención emprendedora o IE. El histograma para UNISON muestra una distribución normal positiva con

una media de 5.06 y una desviación estándar de 1.032 mientras que la IE para UABC muestra una distribución normal con una media de 4.82 y una desviación estándar de 1.198, ver Figura 27.

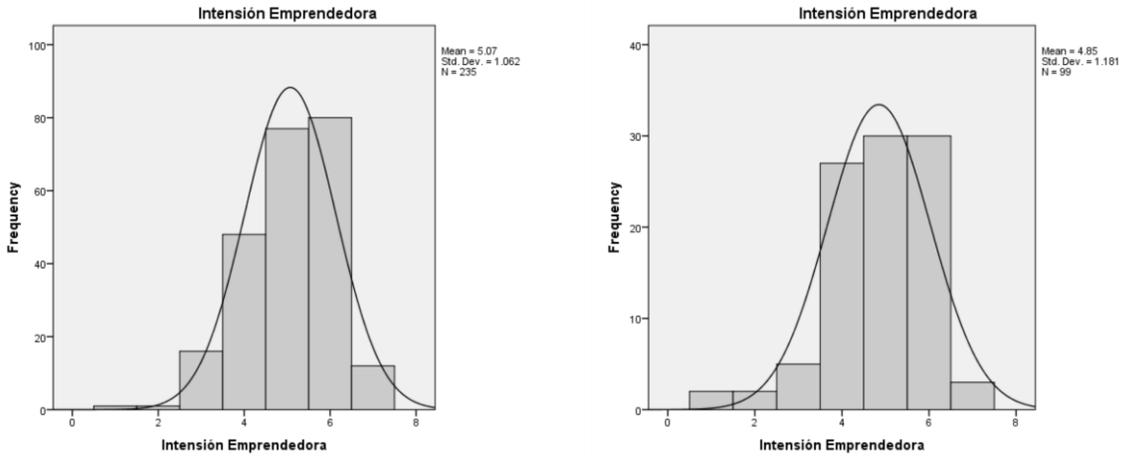


Figura 27. Histograma intención emprendedora UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

En cuanto al histograma de la autoeficacia AE muestra una distribución para UNISON normal positiva con una media de 5.33 y una desviación estándar de 1.042 y UABC con distribución normal con una media de 5.51 y una desviación estándar de 1.31, ver Figura 28.

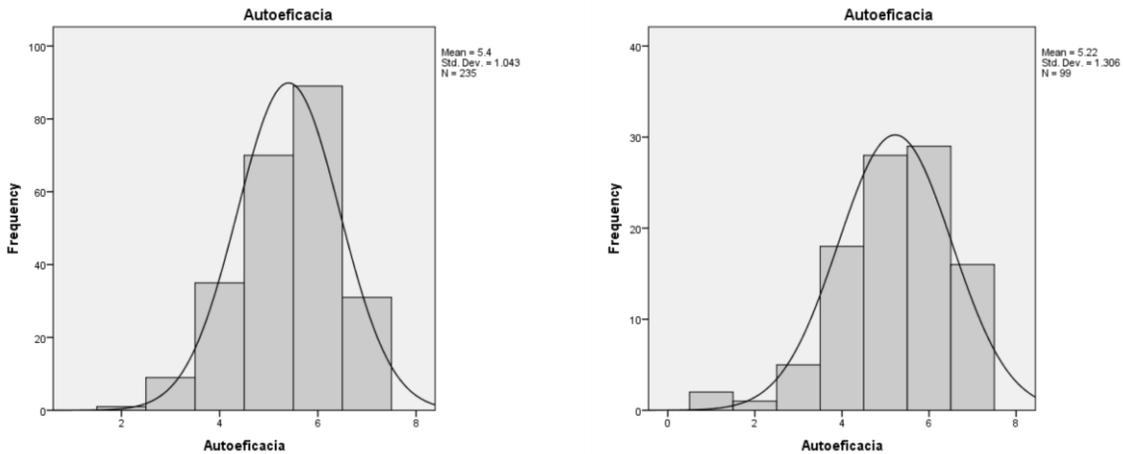


Figura 28. Histograma de autoeficacia UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

El histograma de la norma subjetiva NS para UNISON muestra una distribución con una media de 4.91 y una desviación estándar de 1.27 y para UABC muestra una distribución con una media de 4.88 y una desviación estándar de 1.489, ver Figura 29.

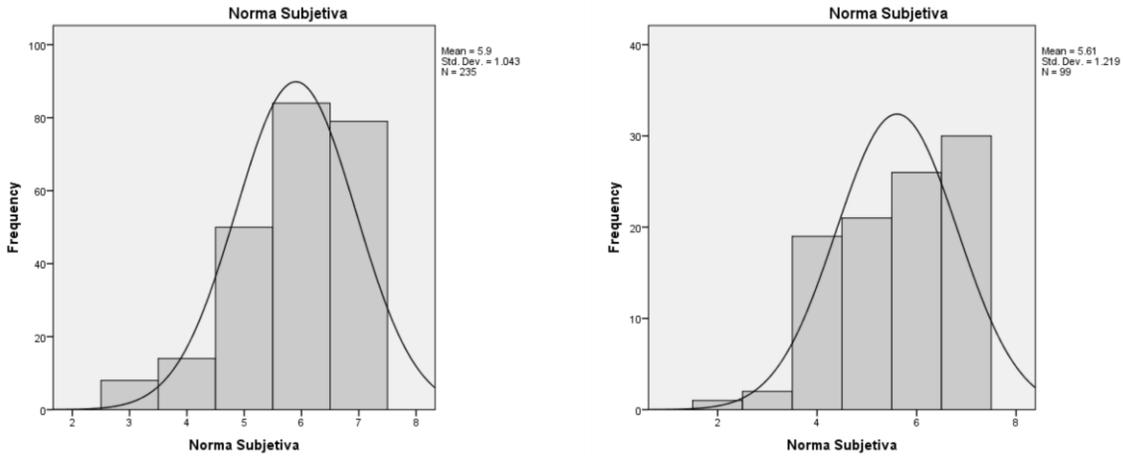


Figura 29. Histograma norma subjetiva UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

Por su parte histograma de la actitud AC para UNISON muestra una distribución normal positiva con una media de 5.86 y una desviación estándar de .947 y UABC muestra una distribución normal positiva con una media de 5.6 y una desviación estándar de 1.122, ver Figura 30.

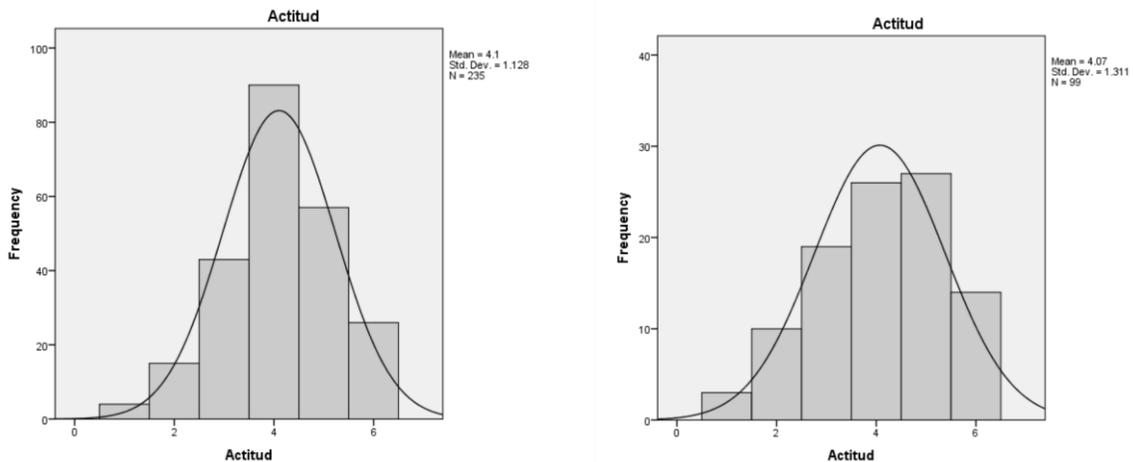


Figura 30. Histograma actitud UNISON y UABC. SPSS 23.

El histograma para el apoyo a la cultura emprendedora ACE de UNISON muestra una distribución normal con una media de 5.54 y una desviación estándar de 1.068 y para UABC muestra una distribución normal con una media de 5.67 y una desviación estándar de 1.111, ver Figura 31.

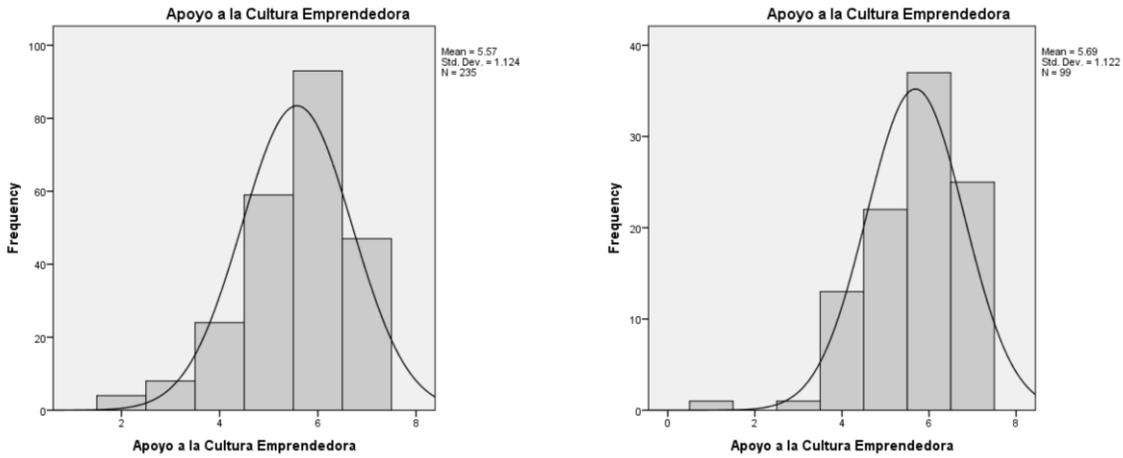


Figura 31. Histograma de apoyo a la cultura emprendedora UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

El histograma para el rol del maestro ROLMTRRO de UNISON muestra una distribución no normal con una media de 5.65y una desviación estándar de 1.215 y para UABC muestra una distribución normal con una media de 5.7y una desviación estándar de 1.233, ver Figura 32.

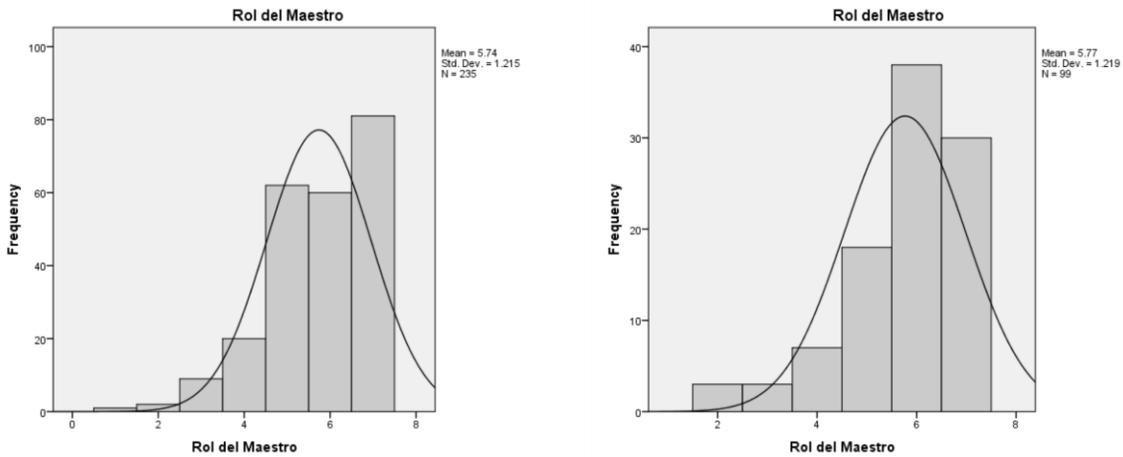


Figura 32. Histograma de rol del maestro UNISON y UABC. SPSS 23 en 2019.

Para la confiabilidad del instrumento MIEAIU se presenta un alfa de Cronbach .950, de forma individual el alfa de Cronbach para los datos correspondientes a la UNISON es de .945 y para UABC es de .962.

A continuación, se presenta el Alfa de Cronbach de las escalas empleadas en el MIEAIU como en la etapa Pre.

Para la intención emprendedora da como resultado un Alfa de Cronbach de .888 y de forma individual UNISON. 762 y UABC .826.

Para la autoeficacia da como resultado un Alfa de Cronbach de .926 y de forma individual UNISON .899 y UABC .965.

La norma subjetiva da como resultado un Alfa de Cronbach de .800 y de forma individual UNISON .787 y UABC .860.

La actitud da como resultado un Alfa de Cronbach de .842 y de forma individual UNISON .811 y UABC .901.

Para el apoyo a la cultura emprendedora da como resultado un Alfa de Cronbach de .934 y de forma individual UNISON .922 y UABC .957.

Para el rol del maestro da como resultado un Alfa de Cronbach de .882 y de forma individual UNISON .858 y UABC .932.

ANÁLISIS DE LAS CARGAS

Para la fiabilidad de los indicadores y la varianza se utilizaron los datos propuestos por los autores en la sección de la primera etapa (pre).

Para esta etapa se encontró que el ítem del constructo intención emprendedora (IE) presento cargas menores a .50 y al no cumplir con el criterio se procedió a eliminarlo, este fue el IE3, “Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa”, con un valor de carga de -.197. Se vuelve a correr el modelo habiendo eliminado este ítem y se analizaron los nuevos resultados, valor t y carga, que se presentan en la tabla 31.

Tabla 31.

Resultado del análisis factorial del modelo propuesto parte 2. Elaboración propia en 2019. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	Item	Carga	Valor t
Intención emprendedora	IE1	0.771	17.677
	IE2	0.827	32.933
	IE4	0.874	56.552
	IE5	0.849	42.790
	IE6	0.743	25.240
	IE7	0.737	23.955
	Autoeficacia	AE1	0.776
AE2		0.787	26.087
AE3		0.787	25.809
AE4		0.767	26.176
AE5		0.752	23.814
AE6		0.812	36.991
AE7		0.780	29.957
AE8		0.769	27.876
AE9		0.758	26.932
AE10		0.759	26.844
Norma Subjetiva	NS1	0.629	7.374
	NS2	0.673	8.178
	NS3	0.757	17.197
	NS4	0.835	14.004
	NS5	0.808	12.349
Actitud	AC1	0.786	29.669
	AC2	0.808	36.582
	AC3	0.764	25.585
	AC4	0.656	15.004
	AC5	0.790	31.352
	AC6	0.668	13.275
Apoyo a la Cultura Emprendedora	ACE1	0.801	28.864
	ACE2	0.869	55.985
	ACE3	0.878	54.451
	ACE4	0.863	53.102
	ACE5	0.830	34.492
	ACE6	0.788	28.615
	ACE7	0.681	17.844
	ACE8	0.690	17.511
	ACE9	0.718	17.187
	ACE10	0.660	14.815
	ACE11	0.748	22.675
	ACE12	0.578	12.202
Rol del Maestro	RM1	0.807	25.870
	RM2	0.898	70.064
	RM3	0.885	45.582
	RM4	0.849	31.213

Los valores t presentados son superiores a 3.291 lo que significa que son estadísticamente significativos.

VALIDEZ DE CONVERGENCIA

De igual manera para esta sección se utilizan los valores propuestos en la sección de la etapa inicial (pre). La tabla 32 refleja los resultados y se ve como son mayores a .50.

Tabla 32.

Resultado AVE parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AVE
Intención emprendedora	0.643
Autoeficacia	0.600
Norma Subjetiva	0.555
Actitud	0.559
Apoyo a la Cultura Emprendedora	0.584
Rol del Maestro	0.740

VALIDEZ DISCRIMINANTE

En la tabla 33 podemos ver la matriz de correlación, en esta observamos el promedio de la varianza extraída para cada una de las variables latentes. Según el análisis de datos podemos ver que los valores AVE son superiores a las correlaciones entre constructos por lo que se puede afirmar que hay validez discriminante.

Tabla 33.

Matriz de correlación entre constructo y AVE (Criterio Fornell – Lacker) parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC	0.748					
ACE	0.453	0.764				
AE	0.525	0.55	0.775			
IE	0.541	0.513	0.708	0.802		
NS	0.399	0.451	0.335	0.288	0.745	
RM	0.414	0.545	0.378	0.424	0.358	0.86

En la tabla 34 podemos observar las cargas cruzadas y como estas son mayores a .50, por lo que se puede afirmar validez convergente y también las cargas de los ítems con otros indicadores son débiles, por lo cual se afirma que existe validez discriminante.

Tabla 34.

Carga cruzada de los indicadores y variables latentes del modelo parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Ítem	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC1	0.786	0.338	0.428	0.458	0.344	0.302
AC2	0.808	0.401	0.503	0.497	0.356	0.345
AC3	0.764	0.326	0.374	0.347	0.225	0.243
AC4	0.656	0.230	0.229	0.293	0.245	0.288
AC5	0.790	0.364	0.370	0.385	0.275	0.371
AC6	0.668	0.342	0.386	0.395	0.312	0.301
AE1	0.455	0.319	0.776	0.583	0.235	0.258
AE10	0.284	0.594	0.759	0.523	0.305	0.322
AE2	0.447	0.286	0.787	0.563	0.200	0.276
AE3	0.469	0.366	0.787	0.547	0.299	0.311
AE4	0.492	0.321	0.767	0.534	0.231	0.260
AE5	0.428	0.279	0.752	0.505	0.229	0.205
AE6	0.531	0.347	0.812	0.629	0.230	0.304
AE7	0.320	0.589	0.780	0.537	0.278	0.328
AE8	0.313	0.599	0.769	0.542	0.282	0.322
AE9	0.296	0.601	0.758	0.507	0.321	0.345
ACE1	0.316	0.801	0.464	0.432	0.393	0.352
ACE10	0.339	0.660	0.276	0.294	0.249	0.507
ACE11	0.369	0.748	0.404	0.387	0.341	0.551
ACE12	0.302	0.578	0.262	0.282	0.230	0.564
ACE2	0.357	0.869	0.506	0.478	0.354	0.419
ACE3	0.363	0.878	0.495	0.452	0.386	0.406
ACE4	0.371	0.863	0.510	0.474	0.392	0.374
ACE5	0.359	0.830	0.471	0.455	0.361	0.383
ACE6	0.454	0.788	0.482	0.438	0.371	0.368
ACE7	0.274	0.681	0.289	0.244	0.342	0.378
ACE8	0.260	0.690	0.308	0.251	0.337	0.484
ACE9	0.366	0.718	0.420	0.368	0.356	0.398
IE1	0.444	0.295	0.477	0.771	0.180	0.270
IE2	0.586	0.352	0.556	0.827	0.271	0.357
IE4	0.503	0.363	0.605	0.874	0.178	0.354
IE5	0.505	0.337	0.566	0.849	0.190	0.354
IE6	0.267	0.541	0.596	0.743	0.257	0.329
IE7	0.289	0.575	0.596	0.737	0.304	0.363
NS1	0.345	0.236	0.254	0.268	0.629	0.217
NS2	0.274	0.227	0.188	0.101	0.673	0.237
NS3	0.250	0.329	0.230	0.180	0.757	0.271
NS4	0.298	0.411	0.276	0.215	0.835	0.309
NS5	0.282	0.430	0.258	0.224	0.808	0.290
RM1	0.385	0.513	0.402	0.388	0.357	0.807
RM2	0.340	0.465	0.281	0.351	0.295	0.898
RM3	0.376	0.463	0.325	0.359	0.282	0.885
RM4	0.319	0.427	0.281	0.354	0.290	0.849

Si no se establece la validez discriminante no se puede estar seguro si los resultados son reales o son simplemente inconsistencias estadísticas. El valor de HTMT debe estar por debajo de 1 como se menciona en la etapa inicial (pre). Ver tabla 35.

Tabla 35.

Matriz de ratios Heterotrait-Monotrait (HTMT) del modelo parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	AC	ACE	AE	IE	NS	RM
AC						
ACE	0.502					
AE	0.574	0.579				
IE	0.611	0.546	0.777			
NS	0.465	0.507	0.378	0.314		
RM	0.477	0.622	0.415	0.476	0.421	

ANÁLISIS DE MULTICOLINEALIDAD

Para detectar multicolinealidad se utiliza el factor de inflación de la varianza (VIF, por sus siglas en inglés). Se fijan un valor no superior a .10 como valor que no presentara problemas de multicolinealidad, como se declara en la etapa inicial (pre). Como podemos ver en la tabla 36 todos los valores están por debajo de 10.

Tabla 36.

Factores de inflación de varianza (FIVs) de las variables del modelo parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Constructo	Ítem	VIF
Actitud	AC1	1.978
	AC2	1.936
	AC3	1.789
	AC4	1.546
	AC5	1.969
	AC6	1.438
Autoeficacia	AE1	3.225
	AE10	6.571
	AE2	3.368
	AE3	2.818
	AE4	2.966
	AE5	2.749
	AE6	3.184
	AE7	4.373
	AE8	9.267
AE9	9.118	
Apoyo a la Cultura Emprendedora	ACE1	3.212
	ACE10	2.911
	ACE11	3.362
	ACE12	2.334
	ACE2	8.539
	ACE3	8.803
	ACE4	5.413
	ACE5	4.642
	ACE6	2.391
	ACE7	2.209
	ACE8	2.446
	ACE9	2.789
Intención emprendedora	IE1	2.633
	IE2	3.183
	IE4	3.801
	IE5	3.051
	IE6	3.420
	IE7	3.370
	Norma Subjetiva	NS1
NS2		1.840
NS3		1.833
NS4		4.595
NS5		4.149
Rol del Maestro	ROL1	1.769
	ROL2	3.002
	ROL3	2.784
	ROL4	2.367

En la tabla 37 podemos ver el resumen de indicadores del modelo de medida. Con base en el contenido podemos observar que el alfa de Cronbach es considerada Alta, con respecto a la fiabilidad compuesta donde todas las variables latentes exceden el .70.

En relación a rho_A que es la cargas en lugar de las correlaciones observadas entre variable observadas, se arroja resultados por encima de .70 en cada constructo.

Con respecto al AVE los valores son superiores a las correlaciones entre constructos, por lo que se afirma que se cuenta con un modelo robusto.

Tabla 37.

Indicadores de confiabilidad y del modelo de media parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

CONSTRUCTO	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	AVE
AC	0.842	0.855	0.883	0.559
ACE	0.934	0.947	0.943	0.584
AE	0.926	0.928	0.938	0.600
IE	0.888	0.891	0.915	0.643
NS	0.800	0.807	0.860	0.555
RM	0.882	0.882	0.919	0.740

También se validó el modelo estructural. Usando los coeficientes de path, R^2 y la valoración de los tamaños de efectos (f^2). Para esto se siguió el mismo procedimiento que en la etapa inicial (pre) ver tabla 38.

Tabla 38.

Evaluación de coeficientes y estadísticos t de los paths estructurales parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

	Coefficiente path	Media de la muestra	Desviación estándar	Estadísticos t	Valor p
AC -> IE	0.195	0.195	0.052	3.736	0.000
ACE -> IE	0.098	0.093	0.042	2.366	0.018
AE -> IE	0.528	0.530	0.048	10.960	0.000
NS -> IE	-0.050	-0.040	0.038	1.306	0.192
RM -> IE	0.108	0.107	0.044	2.448	0.015

En los resultados podemos observar que la relación entre los constructos AC, ACE, NS y RM son bajos, mientras que la asociación entre AE es moderada. Siendo AC, ACE, AE y RM significativas por estar por debajo de .05. Lo que indicaría que las hipótesis serán soportadas (Martínez y Fierro, 2018).

Intención emprendedora muestra un valor de R^2 de .561 valor moderado, lo que implica que las variables Actitud, Autoeficacia, Norma Subjetiva, Apoyo a la Cultura Emprendedora y Rol del Maestro explican el 56.1% de la varianza de este constructo. En caso de los coeficientes de path el valor más bajo fue de Norma Subjetiva de -.050, Apoyo a la Cultura Emprendedora con 0.098, Rol del Maestro con un valor de .108 seguido de Actitud con .195, los cuales presenta un valor menor al marginal de .20. La Autoeficacia presenta un valor path de .528 el cual es considerado moderado.

Actitud, Autoeficacia, Apoyo a la Cultura Emprendedora y Rol del Maestro presentan Alphas menor a 0.05 y valores t correspondientes a 3.73, 10.960, 1.306 y 2.448 respectivamente.

En la tabla 39 se tiene los coeficientes de R^2 para las variables latentes.

Tabla 39.

Evaluación de los efectos directos parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Hipótesis	Coeficiente path	Estadístico t	R2	Valor p
H1: La actitud incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.195	3.736	0.561	0.000
H2: La norma subjetiva incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	-0.050	2.366	0.561	0.192
H3: La autoeficacia incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.528	10.960	0.561	0.000
H4: El apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria incrementa la intención emprendedora en el alumno universitarios (Osorio y Londoño Roldán, 2015).	0.098	1.306	0.561	0.018
H5: El maestro que imparte el curso de emprendimiento incrementa la intención emprendedora en el alumno universitario al terminar el curso (Liñán y Chen, 2009; Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Pertuz et al, 2016; Ma'ruf, Mukhadis, Pali y Akbar, 2018).	0.108	2.448	0.561	0.015

Los resultados de las hipótesis propuestas se muestran en la tabla 40.

Tabla 40.

Contrastación de hipótesis. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

Hipótesis	Coefficiente path	Estadístico t	R2	Resultado
H1: La actitud incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.046	0.195	3.736	No Rechazo
H2: La norma subjetiva incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.004	-0.050	2.366	Rechazo
H3: La autoeficacia incrementa la intención emprendedora de alumnos universitarios que cuentan con una incubadora universitaria (Osorio y Londoño Roldán, 2015; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Moriano y Liñán, 2015; Laguía, Moriano, Gámez y Molero, 2017).	0.019	0.528	10.960	No Rechazo
H4: El apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria incrementa la intención emprendedora en el alumno universitarios (Osorio y Londoño Roldán, 2015).	0.675	0.098	1.306	No Rechazo
H5: El maestro que imparte el curso de emprendimiento incrementa la intención emprendedora en el alumno universitario al terminar el curso (Liñán y Chen, 2009; Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Pertuz et al, 2016; Ma'ruf, Mukhadis, Pali y Akbar, 2018).	0.098	0.108	2.448	No Rechazo

Con los resultados obtenidos con un nivel de confianza de 99.9% podemos decir que:

- 1) El apoyo a la cultura emprendedora se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.
- 2) El rol del maestro se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.
- 3) La actitud se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.
- 4) La autoeficacia se asocia estadísticamente con la intención emprendedora.

En general los resultados del modelo final se presentan en la figura 33.

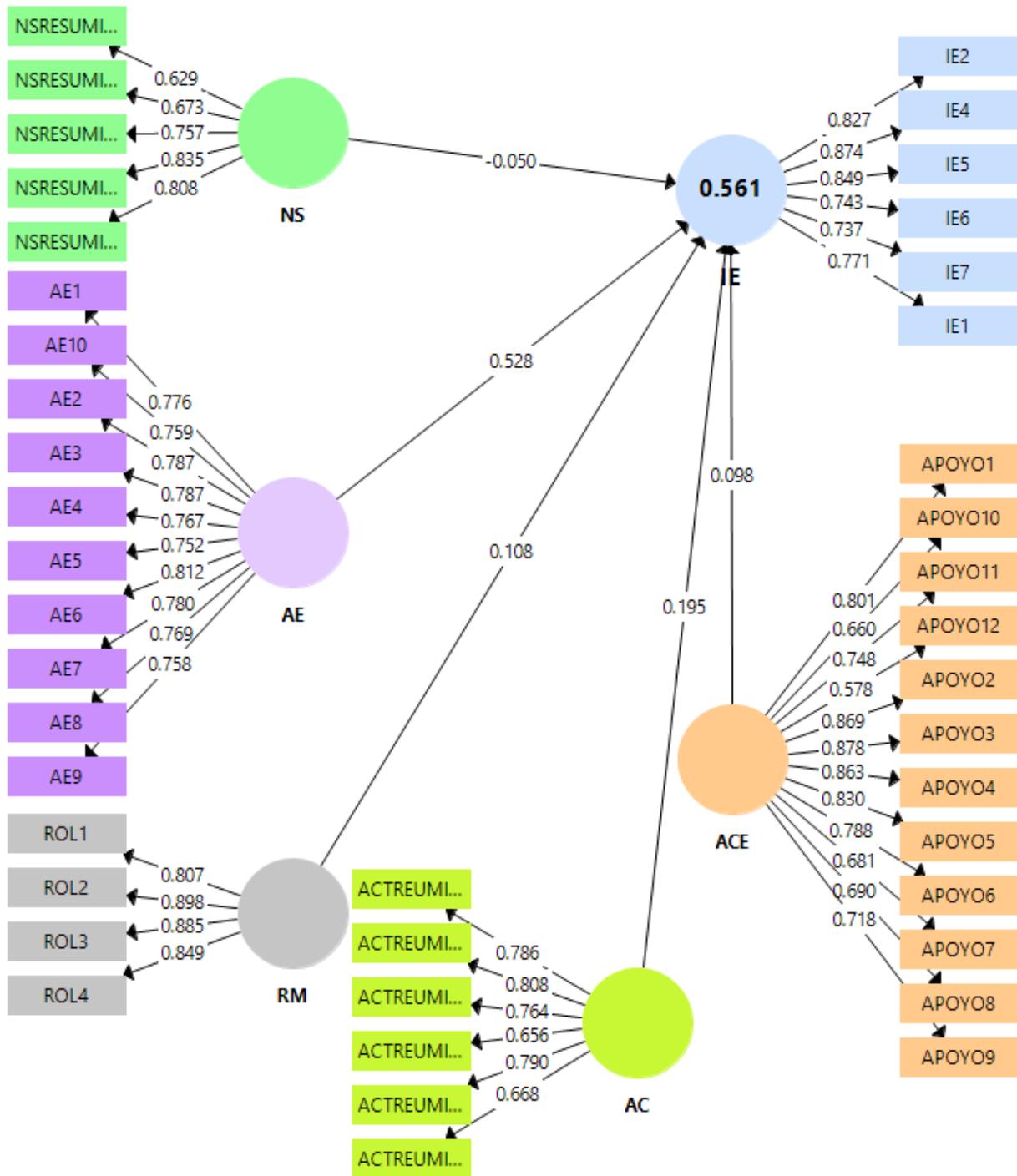


Figura 33. Resultado del análisis PLS del modelo propuesto parte 2. Elaboración propia con fuente de SmartPLS en 2019.

CAPÍTULO VII – RESULTADOS CUALITATIVOS

Siguiendo el diseño del diagrama que resultado del análisis de categorías del estudio cualitativo, se elaboraron grupos de códigos los cuales se relacionan según el análisis realizado de citas y se hace un resumen descriptivo de cada categoría, sintetizando el contenido de las citas más relevantes. Se separan en tablas cada resultado. Ver tablas 41 a 53.

Tabla 41. Categoría Actitud.

Categoría: Actitud
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Actitud del alumno, Falta de interés por la materia de emprendimiento.
Descripción
Los entrevistados expresan que el emprendimiento está estrechamente relacionado con la actitud que tenga una persona, las ganas de hacer las cosas. Esta actitud puede venir desde niveles educativos previos, esta se puede crear trabajando o al crear su propia empresa.
La actitud es una característica individual y la persona tiene que desarrollarla, se puede influenciar en ella, pero es un rasgo personal del individuo.
La actitud se puede asociar con la ambición, crecimiento y desarrollo personal, el ser autosuficiente.
Una característica que se manifiesta con la falta de una actitud es ver la materia como un requisito más para poder terminar su carrera, es meramente un obstáculo que tienen que sortear y que no aporta nada significativo a su preparación.

Tabla 42. Categoría Apoyo.

Categoría: Apoyo
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Apoyo al alumno, Apoyo de la familia, Apoyo institución educativa, Apoyo tecnológico para difusión.
Descripción
<p>El apoyo institucional por medio de programas de emprendimiento, fomento a la cultura emprendedora, apoyos financieros, promoción al emprendimiento, incubadora e incluso el apoyo familiar son importantes para el individuo.</p> <p>Se debe ver un trabajo en conjunto y enfocado a facilitar el desarrollo de la actitud emprendedora en los individuos. Se debe respaldar al alumno para poder permitir el desarrollo de esa actitud emprendedora que lleve a un emprendimiento formal.</p> <p>En este sentido algunos afirman que se carece del apoyo y otros que se cuenta con el apoyo, lo que sí está claro para todos es que existe una oportunidad de mejorar y que se necesita el apoyo de todos los niveles institucionales y recursos para lograrlo.</p>

Tabla 43. Categoría Cultura.

Categoría: Cultura
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Cultura
Descripción
<p>Integrar de una forma más activa la cultura emprendedora dentro de las instituciones educativas, para que en realidad se pueda ver un cambio en los individuos en relación a la visión que tienen de este tema. Se debe tener una cultura a nivel país para que esta se vaya bajando a los niveles que conforman la sociedad y sus instituciones.</p>

Tabla 44. Categoría Familia.

Categoría: Familia
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Apoyo de la familia, Familia emprendedora o empresaria.
Descripción
Dentro de la experiencia de los entrevistados se tienen casos donde los alumnos ya vienen con la mentalidad de emprender debido a que desde casa se tiene integrantes de la familia que fueron emprendedores y cuentan con un negocio. Incluso algunos expresan que la familia fue clave al motivar y apoyar a los individuos a superar los miedos e inseguridades que tienen con respecto a tomar la decisión de emprender. La familia puede ser un ejemplo fuerte o catalizador que dé inicio a un proceso emprendedor, en cualquier etapa de vida del individuo, ya sea directamente o indirectamente.
Esto lo podemos relacionar como que la familia puede ser un fuerte motivador, mentor o modelo a seguir.

Tabla 45. Categoría Incubadora Universitaria.

Categoría: Incubadora Universitaria
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Actividades de incubadora universitaria, Falta de vinculación de incubadora, Promoción de la cultura emprendedora, Promoción de la incubadora, Seguimiento de proyectos, Trabajo de la incubadora, Vinculación con facultad, Vinculación con instituciones de gobierno, Vinculación con instituciones financieras, Vinculación con la comunidad estudiantil.
Descripción
Los coordinadores de las incubadoras expresaron que se realiza un trabajo de atención a individuos que tienen el interés por emprender un negocio. Capacitándolos y ayudando a generar su plan de negocios, desde darle forma a la idea hasta obtención de recursos y puesta en marcha. Aquí lo interesante que expresan es que se debe dar un buen seguimiento a los proyectos después de terminar el proceso de incubación, el nivel de involucración de los coordinadores de estas incubadoras debe ser alto, sin quitarle la responsabilidad o robar la idea del individuo. Se debe tener una fuerte vinculación con la institución educativa, maestros y alumnos, expresando la importancia que tiene el conectar a los interesados con personas expertas en ciertas áreas y con experiencia en emprendimiento. A pesar de que su trabajo no es el de promoción del emprendimiento, buscan promover este por medio de platicas, talleres, conferencias, etc. Una parte interesante es que expresan que el individuo debe mostrar una estabilidad emocional y psicológica para poder llevar un proceso de emprendimiento exitoso. Los coordinadores expresan que no existe un apoyo efectivo a la cultura emprendedora y que esta no se está reflejando en los planes de estudio actuales. Se necesita una mayor inversión en recurso financiero y humano, siendo el capital humano capacitado y con experiencia el más necesitado.

Tabla 46. Categoría Institución Educativa.

Categoría: Institución educativa
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Apoyo institución educativa, Capacitación de maestros, Mejor comunicación institucional, Motivación institucional, Obstáculos institucionales, Problema institucional educativo, Promoción de la incubadora, Selección de maestros sin el perfil, Vinculación con facultad.
Descripción
<p>La institución debe de apoyar a su personal, capacitándolo en el área de emprendimiento y escuchando sus opiniones, así como reconocer el trabajo que los maestros realizan dentro y fuera del aula. Deben existir mejores canales de comunicación y facilitar el trabajo de los maestros en el área de emprendimiento y no obstaculizarlo. Algunos maestros sienten que las materias de emprendimiento están para cumplir con requisitos y no formar emprendedores. Algunos manifiestan que incluso no se tiene contacto con las incubadoras en ningún punto del paso del individuo por la institución educativa y que la promoción del emprendimiento fuera de las pocas carreras que integran una materia de emprendimiento es nula. También se expresa que la ubicación de las materias en relación a los semestres está mal, ya que en donde se encuentra actualmente, no se está aprovechando el nivel de energía que se tiene de los individuos, falta tiempo para poder desarrollar un proyecto real y viable y que hace falta más materias que den seguimiento, sin mencionar que la universidad está preparando trabajadores y no empresarios.</p>

Tabla 47. Categoría Limitantes de emprendimiento.

Categoría: Limitantes de emprendimiento
<p>Códigos</p> <ul style="list-style-type: none">• Burocracia, Desinformación sobre emprendimiento y negocios, Dificultad para emprender, Falta de difusión de emprendimiento, Falta de difusión de programas de financiamiento, Inseguridad y miedo, Limitantes de la intención, Obstáculos institucionales, Situación del alumno, Tecnología como factor limitante.
<p>Descripción</p> <p>Dentro de las limitantes se tiene que la burocracia institucional es la más negativa, la cantidad de documentación solicitada para poder obtener recursos y el tiempo que toma recibirlos no ayuda a motivar a los individuos a iniciar un emprendimiento. Otro punto interesante que se expresa es la idea errónea que se puede tener del término emprendimiento y los tipos que existen, limitando así la visión de los individuos a no poder tomar una actitud emprendedora ya que consideran que este solo gira alrededor de crear empresas. Algunos maestros proponen incluso el considerar el emprendimiento social como alternativa a los proyectos tradicionales.</p> <p>Otro de los puntos más mencionados es el miedo o la inseguridad de los individuos para arriesgarse a emprender. Esto minimiza drásticamente la intención de estos por tomar una decisión que los lleve a poner en marcha una idea, entre estos esta la inseguridad de sus capacidades y falta de experiencia como las mayores limitantes.</p> <p>La situación del alumno es mencionada como un limitante, económica, familiar, social y emocional. Siendo la económica la más mencionada o la familiar. Donde se ve truncada la educación por falta de recursos económicos o por situaciones personales familiares no previstas como muertes o embarazos no planeados.</p> <p>Por último, se menciona que la tecnología puede ser un factor que limite el emprendimiento ya que funciona como un distractor dentro del aula. Aquí algunos de los maestros coinciden en que se dificulta su trabajo debido a que sumándole la falta de interés se convierte en una situación muy difícil de combatir.</p>

Tabla 48. Categoría Maestro.

Categoría: Maestro

Códigos

- Asesoría del maestro, Experiencia del maestro en emprendimiento, Motivación por parte del maestro, Seguimiento del proyecto por parte del maestro, Trabajo del maestro en clase.

Descripción

El trabajo del maestro es considerado por los entrevistados como de suma importancia, la experiencia y conocimientos son igual de importantes. Algunos maestros expresan que se necesita experiencia en el tema para poder enseñar correctamente y otros expresan que si se toma el concepto de emprendimiento no es necesario tener experiencia en cierta área para poder transmitir conocimiento. Aquí es donde entra la discusión de la definición de emprendimiento, en lo que si coincide es que se necesita tener clases prácticas, con ejemplos y casos de estudio, clases aterrizadas a la realidad. Clases dinámicas y que mantengan la atención del individuo, siendo los maestros con experiencia en el área los que pueden tener mejores resultados, pero al final muchos coinciden en que la pasión y la vocación del maestro es lo más importante de entre todas. Los maestros si pueden ser un modelo a seguir, pero los individuos buscan crear su propio molde, para esto los maestros que expresan dar seguimiento a los casos de forma particular son lo que expresaron tener mayor cantidad de casos de éxito. Entonces el seguimiento de proyectos, el trabajo extracurricular del maestro, fuera del aula y de tiempos de clases son de suma importancia.

Tabla 49. Categoría Motivación.

Categoría: Motivación

Códigos

- Motivación institucional, Motivación por parte del maestro, Plan de vida.

Descripción

Los entrevistados expresan la importancia que tiene la motivación del individuo, desde el aula hasta lo familiar. El trabajo de los maestros, de la institución y de la misma persona abona a tener una motivación más fuerte, permitiendo aumentar el interés y la madurez. El que el alumno tenga un plan de vida y lo siga también aporta a motivar al alumno a cumplir con sus metas y le brinda mas orden a su vida.

Tabla 50. Categoría Personalidad.

Categoría: Personalidad
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Cambio de mentalidad, Inseguridad y miedo, Irresponsabilidad de emprendedores, Mentalidad, Paciencia.
Descripción
La mentalidad del individuo es mencionada como un factor importante, es el que puede determinar el interés de este por el tema de emprendimiento. Existen casos de individuos que debido a su irresponsabilidad y falta de seriedad no logran sus objetivos con éxito. Se debe tener un cambio de mentalidad, para lograr que se tome en serio el emprendimiento. También se debe fomentar la paciencia entre los individuos, ya que este proceso es un proceso que lleva tiempo y trabajo.

Tabla 51. Plan de estudios.

Categoría: Plan de estudios
Códigos
<ul style="list-style-type: none">• Emprendimiento social, Materia práctica.
Descripción
Los planes de estudios no están reflejando realmente la integración del emprendimiento, desde la selección de materias, ubicación, perfiles de maestros y forma de impartirlas. Se tiene un plan enfocado a preparar trabajadores y no emprendedores. Aquí se manifiesta que el emprendimiento social puede ser una alternativa para mejorar la percepción e implementación del emprendimiento como concepto y proyecto.

Tabla 52. Categoría Problema Generacional.

Categoría: Problema generacional

Códigos

- Falta de interés por la materia de emprendimiento, Problema generacional.

Descripción

Los entrevistados expresaron que ven un problema generacional con la falta de interés, de objetivos, de planeación y consumo de tecnología. Incluso algunos expresan que las nuevas generaciones quieren todo en bandeja de plata y hacen el mínimo esfuerzo. Que el emprendimiento no es un tema que entiendan y que sus prioridades son otras. Las materias de emprendimiento las ven como obstáculos y a final de su carrera solo se preocupan por encontrar trabajo. Es un porcentaje bajo de individuos que en realidad están interesados en la materia, a pesar de que en algunos casos la materia es optativa.

Tabla 53. Categoría Tecnología.

Categoría: Tecnología

Códigos

- Apoyo tecnológico para difusión, Tecnología como factor limitante, Tecnología como herramienta de trabajo.

Descripción

El uso de la tecnología dentro y fuera del aula puede ser de gran importancia para el desarrollo de la intención emprendedora, puede facilitar el trabajo del docente dentro del aula, pero también lo puede dificultar. Las incubadoras manifiestan que el uso de la tecnología es importante para la difusión de la cultura emprendedora y su trabajo.

CAPÍTULO VIII – DISCUSIÓN

El presente estudio se dividió en dos etapas, la primera fue la validación de un instrumento de medición y la segunda etapa se dividió en dos estudios, una aplicación (inicial) iniciando clases y una segunda (final) aplicación una semana antes de terminar el semestre de clases, esto con la finalidad de comparar los resultados entre dos universidades. Por último, se realizó un estudio cualitativo por medio de entrevistas semiestructuradas. La aportación de este estudio es la inclusión de dos nuevas variables, con el fin de valorar de forma indirecta cómo la sociedad, universidad, el individuo, el trabajo de la incubadora universitaria y los maestros como modelos a seguir incide en la Intención emprendedora.

En la primera etapa el objetivo era realizar la validación del instrumento de medición denominado MIEAIU, el cual está basado en un instrumento desarrollado en España y que ha demostrado buenos resultados en el estudio de la intención emprendedora, siendo utilizado por diferentes autores como Liña y Chen (2009), Rueda, Moriano y Liña (2015) y Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz-Campo (2016) respectivamente. Los resultados son consistentes con los reportados por Rueda, Moriano y Liña (2015), donde los ítems de su instrumento tienen una carga factorial cercana o superior a .60 o según Osorio y Londoño Roldán (2015) .40 para estudios exploratorios, el cual fue el límite que se usó para descartar ítems. Los parámetros del Análisis Factorial Confirmatorio o AFC se consideran adecuados. Esto concuerda con las hipótesis planteadas inicialmente y se demuestra que existe una relación positiva y significativa con la intención emprendedora de autoeficacia y apoyo a la cultura emprendedora, y negativa de alta a baja con actitud, rol del maestro y norma subjetiva.

Estos resultados se ven reflejados en el estudio cualitativo, donde los maestros le dan un peso significativo a la actitud del alumno, el rol que tiene el maestro dentro del aula como modelo a seguir y a la importancia que tiene la familia a la hora de tomar decisiones de carácter emprendedor, entre otros.

Las dos dimensiones agregadas al modelo: apoyo a la cultura emprendedora presento un valor de explicación medio y rol del maestro presento un valor de explicación negativo bajo, este último difiere de lo encontrado por Liña y Chen en su estudio en España, donde obtuvieron un resultado positivo mayor al encontrado en el estudio piloto.

En la aplicación inicial de la segunda etapa de la investigación se buscaba establecer un criterio inicial que serviría para la evaluación posterior de la intención emprendedora de alumnos de universidad que cuentan con una incubadora universitaria y de los propios maestros que imparten las materias de emprendimiento como modelos a seguir. En la primera etapa se tiene una explicación de la varianza del modelo sobre la intención emprendedora del 57.7%. El modelo de la aplicación final del instrumento en la investigación al cual se le denominó MIEAIU, explica el 56.1% de la varianza de intención emprendedora, el cual coincide con lo presentado por Laguía, Moriano, Gámez, & Molero (2017) de 46.5% el cual para ellos es un valor medio. Esto quiere decir que se puede interpretar de manera que las variables agregadas al modelo inicial aumentan la de forma moderada la intención emprendedora de los alumnos de ambas universidades.

El modelo estructural propuesto en el estudio muestra un ajuste moderado utilizando la técnica de PLS como los presentados en el estudio de Laguía, Moriano, Gámez y Molero (2017) y Galván (2019).

En el análisis de correlaciones de la etapa inicial se mostró que el mayor motivador de la intención emprendedora es la autoeficacia con un valor de impacto de .67 que es mayor a .44 que es el reportado por Rueda, Moriano y Liñán (2015), .23 en el estudio de Osorio y Lodoño (2015), .27 en el estudio de Liñán, Urbano y Guerrero (2011) y el del estudio comparativo entre España y Taiwan de Liñán y Chen (2009) donde presenta un valor combinado de .26.

También se confirma lo encontrado por Liñán, Urbano y Guerrero (2011) donde presentan la norma subjetiva con un valor de .28 en el impacto en la intención emprendedora, .064 en el estudio de Osorio y Lodoño (2015) y .15 en el estudio de Laguía, Moriano, Gámez, & Molero (2017), mientras que en el presente estudio se obtuvo un .004 de valor.

Las variables actitud presento un valor de .046, comparada con los estudios de Laguía, Moriano, Gámez, & Molero (2017) que presento un valor de .48, mientras Osorio y Lodoño (2015) presento un resultado de .539 y Liñán y Chen (2009) con .663.

De las variables agregadas en este estudio el rol del maestro tiene un valor de impacto de .09 y el apoyo a la cultura emprendedora un valor negativo de impacto de .019, lo cual no llega a la mitad del valor que muestra la autoeficacia.

Esta primera aplicación se llevó a cabo para tener un punto de referencia para comparación de los resultados de la segunda aplicación que se hizo al final del semestre.

Es también importante destacar que de todos los alumnos encuestados el 65% acepto el ser contactado por la incubadora universitaria, incluso cuando el 43% no sabía que existía una incubadora dentro de la universidad y el 91% menciona no conocer el programa de esta.

Para la segunda aplicación del instrumento la autoeficacia presento un valor de .52, que es menor al de la primera aplicación, pero mayor al encontrado por Rueda, Moriano y Liñán (2015), y que se encuentra dentro del rango de los estudios de Osorio y Lodoño (2015), Liñán, Urbano y Guerrero (2011) y Liñán y Chen (2009). En el estudio cualitativo se encontró que la burocracia limita a los alumnos a tomar la iniciativa de realizar una actividad emprendedora, también la falta de seriedad en algunos casos y el que no se apoye la cultura emprendedora de manera adecuada puede llevar a que esta variable se vea afectada de esta manera. Sin mencionar que también la posición de la materia de emprendimiento dentro de la carrera esta al final y esto puede afectar de forma negativa ya que se expresa que solo buscan terminar lo más pronto para poder salir a buscar trabajo, otro de los posibles factores limitantes.

La norma subjetiva presento un valor de -.05 y este mostro una disminución de forma negativa comparado con la primera aplicación. Esto se puede deber a la falta de apoyo a la cultura emprendedora y al involucramiento de la familia en la toma de decisiones del alumno, estos últimos pueden influir mucho en la forma de ver el emprendimiento. En este caso los maestros no tienen injerencia con esta variable, los maestros son vistos más como un apoyo y no un modelo a seguir.

La actitud en la segunda aplicación presento un valor de .19 una disminución de la primera aplicación. El estudio cualitativo reflejo que esta variable es la más importante y que se debe considerar la forma de mejorarla, los entrevistados se dividen entre que la actitud ya la deben de traer y otros que se debe de motivar al alumno para cambiar su actitud. En lo que sí se puede coincidir es que la actitud también es afectada por el trabajo de apoyo a la cultura emprendedora, muchos alumnos no le dan importancia al emprendimiento por falta de información.

Mientras que el rol del maestro y el apoyo a la cultura emprendedora presentaron respectivamente valores de .10 y .09, aquí el cambio más significativo se ve en el aumento mínimo de la variable rol del maestro y del apoyo a la cultura emprendedora. El maestro y la incubadora tienen un papel de apoyo al alumno, aquí la propia actitud del maestro puede ser una de las razones por las cuales la actitud del alumno puede disminuir, ya que entre los problemas detectados en el estudio cualitativo es la falta de preparación del maestro que imparte la clase de emprendimiento en el área o la falta de experiencia. En cuestión de la experiencia se tienen opiniones divididas, unos afirman que la experiencia es importante, mientras que otros no lo ven así. En lo que sí se coincide es en que el maestro debe ser un motivador y preparar clases prácticas y dinámicas para que el alumno pueda identificar en el emprendimiento una oportunidad y no un trámite burocrático más en su paso por la carrera.

En la Tabla 54 se muestra el resumen de estos valores.

Tabla 54.

Resumen de resultados de variables por estudios. Elaboración propia en 2019.

Estudio	Autoeficacia	Actitud	Norma Subjetiva	Apoyo a la Cultura Emprendedora	Rol del Maestro
MIEAIU Inicial	.67	.04	.004	.019	.09
MIEAIU Final	.52	.19	-.05	.09	.10
Laguía, Moriano, Gámez, & Molero (2017)		.48	.15		
Osorio y Lodoño (2015)	.23	.539	.064		
Liñán y Chen (2009)	.26	.663			
Rueda, Moriano y Liñán (2015)	.44				
Liñán, Urbano y Guerrero (2011)	.27		.28		

En el resumen de resultados que se presentan en la tabla anterior y podemos observar que la actitud se incrementa en relación a la intención emprendedora al final del semestre, por lo que H1 no se rechaza. Esto puede interpretarse como una relación positiva entre la variable y la

intención emprendedora, que permiten ejecutar un proceso de emprendimiento durante el semestre. El trabajo del maestro y la información oportuna pueden ser el reflejo de este incremento. Requelme, Ortiz, Álvarez y Baro (2016) identifican que la actitud no aumenta al pasar por una institución de educación superior y que las universidades están fallando en su trabajo de formadores emprendedores. Por otra parte, Espíritu y Sastre (2009) en su estudio identifican la personalidad como un factor importante dentro de la actitud emprendedora y Millán, Jaramillo y Chávez proponen el trabajar en la autoestima de los alumnos para lograr un cambio en el sentir de los alumnos hacia el proceso de emprendimiento, la seguridad de lograr sus objetivos influye en la intención emprendedora. Los resultados de este estudio demuestran que la actitud dentro de las instituciones evaluadas aumenta poco de forma significativa, se coincide en que la institución universitaria necesita mejorar sus estrategias y programas de emprendimiento para mejorar la actitud del alumno hacia el emprendimiento, enfocándose en la personalidad del alumno, ya que no todos pueden ser emprendedores empresariales, y también el mejorar las materias haciéndolas más prácticas.

La norma subjetiva al final del semestre es negativa y disminuye. Esto nos lleva a rechazar la hipótesis h2. Esta dimensión como en los estudios mencionados con anterioridad, es negativa y tiende a aumentar. Aquí la familia juega un papel importante en el aumento negativo de este valor y también la falta de apoyo a la cultura emprendedora por parte de la institución y el gobierno. La institución que es formadora de trabajadores también tiene gran peso en este aumento negativo, se debe transitar a una formación emprendedora y con un apoyo adecuado de la cultura emprendedora. Osorio y Londoño (2015) afirman que el exponer al alumno a la experiencia de emprendimiento y mejorar su actitud y autoeficacia reflejaría un incremento en esta variable, ya que los individuos que tienen una mayor sensación de control son más

propensos a emprender. Espíritu y Sastre (2009) identifican que la familia es importante para mejorar la intención emprendedora de un alumno, demostrando que los familiares empresarios son una influencia importante en el alumno. Debe existir un apoyo desde el seno familiar para cambiar la percepción del emprendimiento.

El trabajo durante el semestre disminuye la autoeficacia de un valor inicial medio en relación a la intención emprendedora, por lo que la hipótesis h3 no se rechaza. Esta variable presenta un comportamiento contrario a los presentados en los estudios mencionados con anterioridad, esto puede ser por la relación que existe con las otras dimensiones, se puede estar generando un efecto en cadena, donde si una de las otras dimensiones disminuye, esta puede afectar en mayor medida a la autoeficacia. Aquí la burocracia y la falta de información puede ser un factor importante en la disminución de esta variable, los alumnos se sienten capaces, pero por falta de información, motivación y casos de éxito se ven limitados a tomar la iniciativa de emprender. Los programas de gobierno de apoyo al emprendimiento actualmente fueron recortados y se ve el panorama más complejo para tomar estas iniciativas. Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz Campos (2016) coinciden en que el curso de emprendimiento puede afectar de forma negativa a la intención emprendedora, para lo cual los resultados encontrados concuerdan con esta afirmación y esto es corroborado por Salem (2014) y Espíritu y Sastre (2009).

El apoyo a la cultura emprendedora muestra un aumento, a pesar de tener un valor bajo al final del semestre, la hipótesis h4 no se rechaza. Esta dimensión presenta un aumento significativo, aunque sea un valor bajo, demostró un cambio de la aplicación inicial a la final, esto puede ser por el trabajo de los maestros dentro del aula o de la misma incubadora universitaria. Aquí el trabajo de las incubadoras de informar, acercarse a los alumnos, realizar actividades de apoyo a la cultura emprendedora, junto con el trabajo colaborativo de los maestros pueden permitir el

aumento de la intención emprendedora (Millán, Jaramillo y Chávez, 2017). Esto coincide con lo expuesto por Soria-Barreto, Zuniga-Jara y Ruiz Campos (2016) donde exponen que la educación universitaria es importante en el incremento de la intención emprendedora, pero es contradicho por Espíritu y Sastre (2009) que manifiestan en su estudio que la universidad tuvo un impacto negativo en los alumnos al finalizar su carrera. Los autores Rueda, Moriano y Liña (2015) manifiestan que la pregunta no es si se puede enseñar a emprender, más bien que se debe enseñar. Aquí el gobierno, institución, maestro e incubadora deben de organizarse y empezar a reevaluar los contenidos y las personas que están al frente de las clases de emprendimiento. Salem (2014) recomienda que las universidades apoyen variando las materias relacionadas con el emprendimiento y la creación de nuevas empresas, modificando los contenidos de las materias. El trabajo de la incubadora debe sentir mas presente en el aula y en la comunidad universitaria, no ser solo una fuente de información pasiva, debe ser activa, salir y realizar eventos, conferencias, integrarse en los pasillos y difundir de forma masiva la información disponible.

El rol del maestro presenta un aumento muy bajo, pero sigue siendo un valor positivo, por lo que este comportamiento nos permite aceptar la hipótesis h5. Esto significa que el maestro si tiene un rol importante en el aumento de la intención emprendedora en los alumnos. Esto se contrapone a lo encontrado por Soria-Barreto, Zuniga-Jara & Ruiz-Campo (2016) en su estudio, donde el curso de emprendimiento afecto negativamente a los alumnos. Como se ha señalado algunos estudios revelaron un papel significativo del docente en la generación de capacidad e intención emprendedora, pero en este caso no lo es. Siguiendo a Mandel y Noyes, (2016) quizás ello se deba al perfil no idóneo de los profesores, al respecto dichos autores argumentan que el reto es encontrar profesores y mentores adecuados, que transformen el aula en un espacio propicio para juicio y fracaso, que conduzcan a los estudiantes a trabajar con oportunidades empresariales y a

confrontar la ambigüedad, así como las ansiedades sociales y profesionales con el fin de que se desarrollen dentro de un escenario cotidiano en el ámbito empresarial. Millán, Jaramillo y Chávez (2017) manifiestan que los alumnos deben de recibir experiencia de sus maestros para lograr un cambio en su forma de ver al emprendimiento. En este caso la selección del maestro es importante, la experiencia, el conocimiento, la preparación y el tipo de curso en cuestión de temática y forma de enseñar. Esto también puede verse fortalecido si se tiene una colaboración mas cercana con la incubadoras.

En la Tabla 55 se muestra un resumen de los resultados de los análisis confirmatorios del presente estudio y de estudios de otros investigadores tomados en cuenta en este trabajo.

Tabla 55.

Tabla de resultados de análisis confirmatorio por estudio. Elaboración propia en 2019.

Estudio	Autoeficacia	Actitud	Norma Subjetiva	Apoyo a la Cultura Emprendedora	Rol del Maestro
Piloto	.81	-.2	-.25	.41	-.9
Inicial	.67	.04	.004	.019	.09
Final	.52	.19	-.05	.09	.10

Uno de los principales obstáculos que se afronto fue la falta de identificador único que permitiera relaciona los cuestionarios de la aplicación inicial con los de la aplicación final, para resolver esto se utilizó la lista de asistencia de la aplicación inicial y la final y la comparación de datos y letra de cada cuestionario, esto llevo a la demora del análisis de resultados debido al trabajo que represento este proceso. Este trabajo puede mejorar la sección de preguntas relacionadas con la medición de las variables rol del maestro y apoyo a la cultura emprendedora, utilizando solo 4 ítems para la dimensión de rol del maestro, se pude aumentar la cantidad y mejorar la redacción de estas. Para la dimensión de apoyo a la cultura emprendedora se utilizaron 12, pero en este punto cabe destacar que para cuando se aplicó el piloto, se recibió una segunda retroalimentación

por parte del autor del cuestionario base, Liñán, el cual comento que a pesar de considerar pertinentes las preguntas para esta dimensión, él consideraba que se podía dividir en dos subdimensiones, una que mida el apoyo a la cultura emprendedora por parte del maestro y otra que mida el apoyo a la cultura emprendedora por parte de la incubadora universitaria. Para lo cual sería conveniente revisar las preguntas y separar correctamente las subdimensiones, en este caso no se hizo por la falta de tiempo, ya que el estudio piloto se había aplicado, dando resultados aceptables.

PARTE V – CONCLUSIONES

Los países están buscando formas innovadoras y efectivas de desarrollar sus economías y atacar problemas económicos fundamentales que aquejan a la sociedad, como la falta de fuentes de empleo. Para esto se propone al emprendimiento como la idea que permita crear estos empleos por medio de la generación de empresas nuevas. Para esto los gobiernos se están enfocando en los jóvenes, particularmente los que se encuentran en el nivel superior. Pero las iniciativas y las instituciones de nivel superior no están presentando los resultados esperados. Para esto se debe identificar cuáles son los problemas de fondo que no permiten que el espíritu emprendedor se plante y desarrolle en los jóvenes universitarios.

CAPÍTULO IX – CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos se puede corroborar que la teoría del comportamiento planeado explica en gran medida la intención que tiene un alumno por emprender, como se ha demostrado en diferentes estudios.

Lo más importante es que esta teoría queda abierta al aumento o disminución de variables que permitan en mayor medida explicar mejor la intención por ejecutar un comportamiento.

Por lo cual este estudio que evalúa un instrumento de medición de la intención emprendedora elaborado previamente es importante, ya que a este instrumento se le agregaron la medición de dos nuevas dimensiones que demostraron en el estudio piloto que de forma significativa y relevante explican la intención emprendedora. Siendo la autoeficacia, actitud, rol del maestro y el apoyo a la cultura emprendedora las dimensiones a las cuales se les puede dar énfasis en el impacto alto y positivo, pero también no queda descartado el seguir estudiando las relaciones negativas que resulto en la norma subjetiva.

Se necesita trabajar en la contratación de maestros con el perfil adecuado, promover la cultura emprendedora de forma eficiente dentro de las instituciones, apoyando más de cerca a las incubadoras y mover las materias de emprendimiento a niveles iniciales de la carrera. También el dar seguimiento de los proyectos resultaría en una buena práctica que en la realidad está dando resultados. El empezar a cambiar el concepto que se tiene de emprendimiento y ser emprendedor de negocios u empresario.

CONCLUSIONES CUALITATIVO

En el trabajo cualitativo se identificó que los maestros perciben que su participación en la toma de decisiones a nivel facultad no es importante y que el esfuerzo que realizan a pesar de todas sus actividades ajena a la institución no es reconocido.

La institución juega un papel importante en la preparación del alumno, pero debido a los compromisos que se van adquiriendo por parte de la misma, se descuidan ciertas áreas de la preparación del alumno, en donde el maestro también juega un papel importante.

El maestro es el que debe motivar al alumno dentro del aula, por medio de la experiencia, conocimiento y trabajo pedagógico.

El alumno a su vez no muestra el interés por este tema y su actitud hacia el trabajo dentro y fuera del aula se limita a solo ver la materia como un mecanismo para obtener una calificación que le permita avanzar en su carrera.

La tecnología también juega un papel importante en las nuevas generaciones y puede ser positivo o negativo, esto puede marcar la calidad de trabajo que realiza el alumno dentro del aula.

Para concluir la universidad debe de fomentar la inclusión del maestro en el proceso de promoción de la cultura emprendedora y crear los mecanismos que permitan tomar en cuenta sus aportaciones, mejorar y prestar los espacios para que se sientan motivados a participar y cumplir con las metas establecidas institucionalmente. También la universidad debe elegir bien a sus maestros para impartir estas materias, ya que deben contar con la experiencia tanto en el tema como en la pedagogía. Se debe buscar la forma de motivar al alumno para que tome con más seriedad la materia y los eventos que apoyen el emprendimiento, ya que, sin este último elemento, todo el sistema no funciona. Para esto una propuesta puede ser la integración de la tecnología de manera positiva dentro del aula.

CAPÍTULO X - PROPUESTAS Y TRABAJO FUTURO

Queda a futuro integrar variables relacionadas con la burocracia, la generación, cultura emprendedora y trabajo del maestro dentro del aula con relación a la intención emprendedora. Esto podría generar resultados que puedan generar cambios significativos y adecuados en las instituciones. Siendo estas las más cercanas a poder realizar un esfuerzo a mediano plazo para acelerar el cambio de la percepción de la cultura emprendedora.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (2006). Constructing a Theory of Planned Behavior Questionnaire. 1-12.
- Alarcón, G., Aidé, L., Balderrama Trápaga, J. A., & Edel Navarro, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. *Apertura* (Guadalajara, Jal.), 9(2), 42-53.
- Alvarado Muñoz, O., & Rivera Martínez, W. F. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración* (Universidad del Valle), 27(45), 61-74.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to casual modeling: personal computer adoption ans use as an Illustration.
- Carlos Ornelas, C., Contreras González, L., Silva Olvera, M. & Liquidano Rodríguez, M. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, 49, 46-51.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones* (2a. ed.). México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.
- Chin, W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *IS Quarterly*, 22(1), 7-16.

Cimarrones Emprendedores. (2017). Acciones a Desarrollar. Recuperado:

<http://www.uabc.mx/vinculacion/cimarronesemprendedores.php>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2012). Base de datos. CEPAL.

Recuperado de: <http://interwp.cepal.org/cepalstat/engine/index.html>

Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429-1464.

Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar. (2015). Población Estudiantil.

Recuperado de: <http://csege.uabc.mx/web/csege1/estadisticas1>

de Gobierno, G., Transversal, E., & Cercano, G. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Gobierno de la República. México. DF.

Delgado, Víctor., Robles, Carlos. Cascajares., Cristina., & Vázquez, Alejandro. (2017). la

Intención Emprendedora de los estudiantes de las licenciaturas de la división de Ciencias Económicas y Administrativas (UNISON). XI Congreso Internacional Convisión empresarial 2017.

Diario Oficial de la Federación. (2012). ACUERDO por el que se establece la estratificación de

las micro, pequeñas y medianas empresas. Recuperado el 17 de mayo del 2017 en

http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5096849

Diario Oficial de la Federación. (2019). PLAN Nacional de Desarrollo 2019-2024.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019

Durán, S., Parra, M., & Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31 (77), 200-215.

Espíritu Olmos, R., & Sastre Castillo, M. Á. (2009). Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España.

Escobar Pérez, Jazmine y Cuervo Martínez, Ángela. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, vol. 6, núm. 1, pp. 27-36.

Escobar-Pérez, J., & Cuervo-Martínez, Á. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6(1), 27-36.

Espejel, J., Fandos, C., Burgos, B., & Palafox, G. (2011). Marketing estadístico: modelización estructural para investigaciones de mercados. Construyendo mejores empresas. Ensayos cortos sobre la práctica empresarial. México: editorial Universidad de Sonora.

European Commission Enterprise Directorate General. (2002). Centre for Strategy & Evaluation.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

Freire, M. T. (2016). Educación en emprendimiento. Revisión de la literatura económica.

Galván, O. (2019). Efecto de la alienación laboral sobre la satisfacción laboral y el empoderamiento psicológico: Caso del sector automotriz de Ciudad Juárez, Chihuahua (Tesis Doctoral). Doctorado en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México.

Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the association for information systems*, 4(1), 7.

Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1988). An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of marketing research*, 25(2), 186-192.

Gobierno de Baja California. (2015). Nuestro Estado.

http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/nuestro_estado.jsp

Gobierno de Sonora. (2015). Conoce Sonora. <https://www.sonora.gob.mx/>

Gobierno de Sonora. (s.f.). Conoce Sonora. <https://www.sonora.gob.mx/conoce-sonora/cultura-sonorenses/etnias-en-sonora.html>

Götz, O., Liehr-Gobbers, K., & Krafft, M. (2010). Evaluation of structural equation models using the partial least squares (PLS) approach. In Handbook of partial least squares (pp. 691-711). Springer, Berlin, Heidelberg.

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Sage publications.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2005). Multivariate data analysis (Vol. 5, No. 3, pp. 207-219). Upper Saddle River, NJ: Prentice hall.

Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The use of partial least squares structural equation modeling in strategic management research: a review of past practices and recommendations for future applications. *Long range planning*, 45(5-6), 320-340.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación.

Hernández, Y. R. S. J. (2011). Introducción a la administración: teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia (5a. ed.). México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.

Herrero, J. (2010). El Análisis Factorial Confirmatorio en el estudio de la Estructura y Estabilidad de los Instrumentos de Evaluación: Un ejemplo con el Cuestionario de Autoestima CA-14. *Psychosocial Intervention*, 19(3), 289-300.

Hodge, L. M., Anthony, W. P., & Gales, L. M. (2003). Teoría de la organización: un enfoque estratégico (No. 65.01). Pearson Educación.

Hoyle, R. H. (1995). *Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks: Sage.

http://www.uabc.mx/planeacion/pdi/2019-2023/PDI_2019-2023.pdf

Imran, M., Aziz, A., & Hamid, S. (2017). Determinants of SME export performance. *International Journal of Data and Network Science*, 1(2), 39-58.

Incubadora UNISON. (2019). DATOS. <http://www.incubadora.uson.mx/index.php?op=3>

INEGI. (2016). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), Población de 15 años y más de edad. Recuperado el 14 de mayo del 2017 en

<http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/enoe/>

INEGI. (2017). Indicadores BC.

<https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=02#tabMCcollapse-Indicadores>

INEGI. (2019). Datos. <https://www.inegi.org.mx/datos/>

INEGI. (s.f.). Información de México para Niños.

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/>

Instituto Nacional del Emprendedor. (2016). Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor. Secretaria de Economía.

Instituto Nacional del Emprendedor. (s.f.). Reconocidos INADEM. Secretaria de Economía.

<https://reconocimiento.inadem.gob.mx/resultados/>

Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). The social psychology of organizations (Vol. 2). New York: Wiley.

Katz, F. E., & Rosenzweig, J. E. (1972). General systems theory: Applications for organization and management. *Academy of management journal*, 15(4), 447-465.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2013). Elementos de administración: un enfoque internacional y de innovación (8a. ed.). México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.

Laguía, A., Moriano, J. A., Gámez, J. A., & Molero, F. (2017). VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN COLOMBIA. *Universitas Psychologica*, 16(1).

Lévy, J. P., Varela, J. & Abdan, J. (2006). Modelización con estructuras de covarianzas en ciencias sociales. Netbiblo: Madrid, España.

Leyva Cordero, O., & Olague de la Cruz, J. T. (2014). Modelo de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados parciales (Partial Least Squares-PLS).

Li, J., Zuo, J., Cai, H., & Zillante, G. (2018). Construction waste reduction behavior of contractor employees: An extended theory of planned behavior model approach. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1399-1408.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions.

Macagnan, c. (2013). Teoría institucional: escrito teórico sobre los protagonistas de la escuela institucionalista de economía. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 10 (2), 130-141.

- Mandel, R. & Noyes, E. (2016). Survey of experiential entrepreneurship education offerings among top undergraduate entrepreneurship programs, *Education + Training*, Vol. 58 Issue: 2, pp.164-178, doi: 10.1108/ET-06-2014-0067
- Martínez Ávila, M., & Fierro Moreno, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento: un enfoque técnico práctico. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 130-164.
- Ma'Ruf Idris, M., Mukhadis, A., Pali, M., Akbar, A. (2018). The contribution of entrepreneurial learning towards entrepreneurial passion and entrepreneurial action choice of vocational students. *Journal of Physics: Conference Series* 1028(1),012082.
- Millán, F. J., Jaramillo, M. J., & Chávez, M. A. P. (2017). Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(78), 210-231.
- Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. *Health behavior: Theory, research and practice*, 95-124.
- MONTGOMERY, D. C., & RUNGER, G. C. (2008). *Estatística aplicada e probabilidade para engenheiros*. Rio de Janeiro: Editora LTC.

- Morfi, D. P., Graupera, E. M. F., & Torres, M. O. (2016). Emprendimiento y Gestión del Conocimiento. *UNIANDES EPISTEME*, 3(3, sep).
- Mrkajic, Boris (2017). Business incubation models and institutionally void environments, *Technovation*, Volume 68, Pages 44-55,
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.09.001>.
- Munro, B. H. (2005). *Statistical methods for health care research (Vol. 1)*. lippincott williams & wilkins.
- Naranjo, E.E., Campos, M.E. & López, N,L. (2015). Reporte Nacional 2015 México. Tecnológico de Monterrey; Global Entrepreneurship Research Association; Tecnológico de Monterrey Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Laguerá.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge university press.
- Ocegueda, J. M. (2015). Plan de desarrollo institucional 2015-2019. Mexicali. Obtenido de <http://www.uabc.mx/planeacion/pdi/2015-2019/PDI-2015-2019.pdf>: UABC.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 32(1), 183-189.

Olmos, R. E., & Castillo, M. Á. S. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.

Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51).

Paredes, A. P., & Flores, A. T. (2015). Medición del emprendedurismo en el municipio de Puebla: Diagnóstico para el desarrollo empresarial (Measuring entrepreneurship in the municipality of Puebla: Diagnosis for business development). *Tec Empresarial*, 9(1), 19-30.

Pérez Gil, J., Chacón Moscoso, S., & Moreno Rodríguez, R. (2000). Validez de constructo: el uso de análisis factorial exploratorio-confirmatorio para obtener evidencias de validez. *Psicothema*, 12 (Su2), 442-446.

Pertuz-Peralta, P., Rojas-Caicedo, G. Y., Navarro-Rodríguez, A., & Quintero, L. T. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 19(1), 29-45. doi:10.5294/edu.2016.19.1.2

Prim, M. A., Dandolini, G. A., & da Mota Alves, J. B. A contribuição da visão sistêmica para o desenvolvimento das incubadoras sociais.

- Quevedo, H., García, H., Salas, J., Domínguez, A., & Esquivel, V. (2007). Análisis estadístico de ozono a nivel del suelo. *CULCyT*, 4(21), 35-43.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2015). *SmartPLS 3*. Boenningstedt, Germany: SmartPLS GmbH.
- Riquelme, E. A., Ortiz, M. L., Álvarez, M. F., & Baro, C. M. (2016). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios: caso práctico Ingeniería Civil Industrial, Universidad Arturo Prat. *Ciencia Amazónica:(Iquitos)*, 6(1), 48-62.
- Rivero, R. I. E. (s.f.). Instrumento para la evaluación de las incubadoras de empresas en la ciudad de chihuahua utilizando parámetros internacionales
- Rodríguez, C. H., & Chávez, R. M. A. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, (1), 28-37.
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. *Developing, shaping and growing entrepreneurship*, 68-78.
- Salem, O. M. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 1(1), 62-85.

Seidel, G., & Back, A. (2009). Success factor validation for global ERP programmes.

Selznick, P. (1948). Foundations of the Theory of Organization. *American Sociological Review*, 13(1), 25-35.

Serrano-Bediaa, A. M., Pérez-Pérez, M., Palma-Ruiz, M., & López-Fernández, M. C. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 82-95. doi:10.1016/j.estger.2015.09.003

Shyu, C. S., Li, Y. L., & Tang, Y. (2013). Applying confirmatory factor analysis on the measure for restaurant over-service. *The Journal of International Management Studies*, 8(2), 10-16.

SNIEG. (2019). Catalogo Nacional de Indicadores.

<https://www.snieg.mx/cni/escenario.aspx?idOrden=1.1&ind=6200027780&gen=842&d=n>

SNIEG. (2019). Catalogo Nacional de Indicadores. <https://www.snieg.mx/cni/>

Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34.

Stal, E., Andreassi, T., & Fujino, A. (2016). The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship, *RAI Revista de Administração e Inovação*, Volume 13, Issue 2, Pages 89-98, <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.01.004>.

Subsecretaría de Innovación y Modernización de la SPF. (s.f).

<http://www.bajacalifornia.gob.mx/finanzas/acercade/antecedentes.jsp>

Subsecretaría de Innovación y Modernización de la SPF. (s.f.). Nuestro Estado.

http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/nuestro_estado/nuestro_estado.jsp

Tavoletti, E. (2013). Business incubators: effective infrastructures or waste of public money?

Looking for a theoretical framework, guidelines and criteria. *Journal of the Knowledge Economy*, 4(4), 423-443.

Theodorakopoulos, N., K. Kakabadse, N., & McGowan, C. (2014). What matters in business

incubation? A literature review and a suggestion for situated theorising. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(4), 602-622.

Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la

validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en medición*, 6(1), 37-48.

UABC. (2019). Misión y Visión. <https://www.sonora.gob.mx/>

UNISON. (s.f.). Oferta Educativa. <http://www.ofertaeducativa.uson.mx>

UNISON. (s.f.). Universidad de Sonora. <https://www.unison.mx/>

Valdez, D.O. (2019). Plan de desarrollo institucional 2019-2023. Mexicali. Obtenido de http://www.uabc.mx/planeacion/pdi/2019-2023/PDI_2019-2023.pdf.

Velazquez, E. (2018). Plan de Desarrollo Institucional 2017-2021. <https://www.unison.mx/institucional/pdi2017-2021.pdf>

Verdugo, M., Crespo, M., Badía, M., & Arias, B. (2008). Metodología en la investigación sobre discapacidad. Introducción al uso de las ecuaciones estructurales. In VI Simposio Científico SAID. Publicaciones del INICO.

Wold, S., Esbensen, K., & Geladi, P. (1987). Principal component analysis. *Chemometrics and intelligent laboratory systems*, 2(1-3), 37-52.

Wong, K. K. K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.

World Economic Forum. (2015). Perfil de competitividad global de México. Recuperado de: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/country-profiles/#economy=MEX>

Wu, M. L. (2008). *Structural equation modeling: Amos operation and application*. Wu-Nan Book Inc, Taipei, Taiwan.

Zea, M. P. C., Fonseca, M. P., Pérez, R. A., Bermeo, M. R., & Molina, X. C. (2016).

Emprendimientos informáticos: una mirada desde la universidad del siglo XXI. Revista

Didasc@ lia: Didáctica y Educación. ISSN 2224-2643, 7(3), 153-158.

APENDICES

Apéndice 1

Encuesta aplicada a alumnos.

No. de Folio: _____

El presente instrumento corresponde al trabajo de campo para la realización de Proyecto de Investigación por de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Ensenada, cuyo objetivo es la medición de la intención emprendedora en alumnos de licenciatura que cuentan con una incubadora universitaria.

Las encuestas son anónimas por lo que está garantizada la confidencialidad de los datos.

Le solicitamos se tome unos minutos para responder el presente cuestionario que recoge preguntas relativas a aspectos personales, académicos y laborales, de actitudes emprendedoras, psicológicas, personales, de emprendimiento e institucionales.

Agradecemos amablemente su colaboración que contribuirá de manera importante al desarrollo del presente trabajo.

En las escalas de valoración, algunas afirmaciones son positivas y otras negativas. En cada caso, se le pide que indique su grado de acuerdo con esa afirmación (Parte superior de la tabla). Por favor, conteste sinceramente, marcando la casilla de la respuesta adecuada, o escribiendo sobre la línea cuando corresponda. Seleccione una sola respuesta en cada pregunta a menos que se indique lo contrario.

Muchas gracias por su colaboración.

Aspectos personales, académicos y laborales.

Edad ____ años.

Sexo: Hombre Mujer

¿Qué carrera está cursando? _____

Institución y facultad: _____

Semestre: _____

Ciudad: _____

¿Trabaja o ha trabajado en alguna empresa? Sí No

En caso de marcar afirmativo la pregunta número 7, responda la pregunta número 8.

¿Cuántos años de experiencia laboral en total? _____

¿Ha realizado en algún momento acciones para iniciar un negocio propio? (Acciones de información como ayudas o trámites, reuniones para desarrollo de ideas, etc.). Sí No

¿Ha tomado algún curso sobre creación de empresas o formación empresarial? Sí No

¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado hasta ahora por sus padres?

Padre: Primaria Secundaria Preparatoria Universidad Maestría

Doctorado

Madre Primaria Secundaria Preparatoria Universidad Maestría

Doctorado

¿Tiene familiares empresarios? Sí No

En caso de marcar afirmativo la pregunta número 12, responda la pregunta número 13.

¿Cuál de los siguientes familiares es empresario? (Puede marcar más de 1 casilla)

Padre Madre Hermano Hermana Otros

Número de personas que residen en su domicilio (incluyéndose Ud.): _____

Aproximadamente, ¿cuáles son los ingresos mensuales totales en su domicilio? (sumando los ingresos de todas las personas que residen en ese domicilio)

Hasta 4,999 pesos Entre 5,000 y 9,999 pesos Entre 10,000 y 19,999 pesos

Entre 20,000 y 39,999 pesos Entre 40,000 y 79,999 pesos más de 80,000 pesos

Tiene su Institución un Programa de Emprendimiento Sí No

Conoce el programa de Emprendimiento de su Institución Sí No

Los Maestros que le han impartido clase, han proporcionado Información sobre el Programa de Emprendimiento (si se cuenta o se contara con el programa) Sí No

Tienes conocimiento de los apoyos Federales, Estatales y Municipales que promuevan el emprendimiento Sí No

Tiene su Institución una Incubadora Universitaria Sí No

Conoce el programa de Incubadora Universitaria de su Institución Sí No

Sus Maestros le han dado información sobre la Incubadora Universitaria Sí No

Cuenta su institución con espacios y eventos que promuevan el emprendimiento Sí No

Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:

(1) siempre indica total desacuerdo, mientras que (7) indica acuerdo total	1	2	3	4	5	6	7
Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día							
Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario							
Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa							

Estoy decidido a crear una empresa en el futuro							
Mi objetivo profesional es ser empresario							
Voy asistir a una incubadora universitaria para crear mi empresa							
Quiero participar en el proceso de creación de empresas en una incubadora universitaria							

Por favor, indique hasta qué punto sería Ud. capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

(1) siempre indica total desacuerdo, mientras que (7) indica acuerdo total	1	2	3	4	5	6	7
Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa.							
Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa							
Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.							
Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.							
Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa.							
Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa							

Dedicar tiempo al proceso de incubación de mi empresa en una incubadora universitaria							
Iniciar el proceso de incubación de mi empresa en una incubadora universitaria							
Terminar el proceso de incubación de mi empresa en una incubadora universitaria							
Cumplir con los requisitos para crear mi empresa en una incubadora universitaria							

Por favor, piense ahora en sus familiares, amigos y maestros más cercanos. ¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si decide emprender y crear su propia empresa?

(1) siempre indica total desacuerdo, mientras que (7) indica acuerdo total	1	2	3	4	5	6	7
Mi familia directa (padres y hermanos).							
Mis amigos íntimos.							
Mis compañeros o colegas.							
Mis maestros.							
Mi Universidad.							

Y, ¿cómo valora la opinión de estas personas a este respecto? La considero...

(1) indica nada importante, mientras que (7) muy importante	1	2	3	4	5	6	7

Mi familia directa (padres y hermanos).							
Mis amigos íntimos.							
Mis compañeros o colegas.							
Mis maestros.							
Mi Universidad.							

Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para Ud. supondría

(1) indica totalmente improbable, mientras que (7) muy probable	1	2	3	4	5	6	7
Enfrentarse a nuevos retos.							
Crear empleo para otras personas.							
Ser creativo e innovar.							
Tener altos ingresos económicos.							
Asumir riesgos calculados.							
Ser mi propio jefe (independencia).							

Ahora debe señalar hasta qué punto son deseables para Ud. en su vida en general...

(1) indica nada deseable, mientras que (7) totalmente probable	1	2	3	4	5	6	7
Enfrentarse a nuevos retos.							
La creación de empleo para otras personas.							
La creatividad y la innovación.							

Altos ingresos económicos.							
Asumir riesgos calculados.							
Ser independiente (tu propio jefe).							

Los siguientes enunciados describen brevemente diversas características del apoyo académico e institucional, señale el grado en que éstas afectan su motivación para crear un negocio.

(1) indica nada importante, mientras que (7) muy importante	1	2	3	4	5	6	7
Recibir asesoramiento de una incubadora universitaria le va ayudar a crear un negocio							
Considera que la plática informativa de la incubadora universitaria puede motivarlo a crear un negocio							
Las actividades de promoción de la incubadora universitaria pueden aumentar su motivación por ser empresario							
Contar con una incubadora universitaria le ayudará a alcanzar su objetivo de crear una empresa							
Las actividades de promoción de la incubadora universitaria pueden reforzar su objetivo profesional de crear una empresa							
Si el maestro resuelve dudas sobre el proceso de emprendimiento puede motivarlo a crear una empresa							
Considera que el maestro debe motivarlo en el aula para ser empresario							

Usted piensa que el maestro debe ayudarlo a alcanzar su objetivo profesional de crear una empresa							
Si el maestro habla de casos de éxito en clase le motiva a crear su propio negocio							
La experiencia en emprendimiento del maestro debe ser más importante que los temas del curso para motivarme a emprender							
Si el maestro da un buen ejemplo de cómo crear una empresa lo motivaría a emprender							
Considera que el maestro debe tener experiencia en emprendimiento para motivarlo a emprender							

Por favor, señale si las siguientes afirmaciones sobre el maestro afectan su motivación para crear un negocio.

(1) indica nada importante, mientras que (7) muy importante	1	2	3	4	5	6	7
La experiencia en emprendimiento del maestro me motiva a emprender							
Si mi maestro fuese dueño de una empresa me gustaría seguir sus pasos							
Si mi maestro fuera un empresario exitoso, me fijaría como meta crear mi propia empresa							

Si el maestro es un buen modelo de empresario me gustaría imitarlo

--	--	--	--	--	--	--	--

¿Le gustaría ser contactado por una incubadora de negocios universitaria? Sí No

Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, por favor anote su correo electrónico.

Correo electrónico: _____

Apéndice 2.

Tabla X. Códigos y citas correspondientes del análisis de entrevistas.

Código predeterminado	Código en vivo
Actitud del alumno	<p>“tiene que ver también un poquito la actitud y la disponibilidad”</p> <p>“la otra parte sería que esa disponibilidad o esa actitud el alumno esta dispuesto y no predispuesto”</p> <p>“afectan al alumno es cuestión a donde, de su actitud, de sus ganas de hacer las cosas”</p> <p>“actitud emprendedora debe estar en todos, algunos lo desarrollan en una empresa”</p> <p>“es primeramente nuestra actitud, la actitud que debemos tener nosotros para transformar lo que tenemos”</p> <p>“Probablemente, que igual, pues es decisión del muchachito, si lo hace o no”</p> <p>“Yo creo que en cierta medida es la ambición, el deseo de desarrollarse y de crecer, solventarse todos sus gastos”</p> <p>“Una es la necesidad de pasar la materia, Otra la necesidad en algunos de ellos es generar un negocito para la necesidad propia”</p> <p>“Obviamente tiene mucho que ver la personalidad del alumno, pero también tiene que ver al maestro como influenciador”</p> <p>“Porque ya llegan con la actitud de; hay es una materia más, ya estoy casi por terminar mi carrera”</p>
Actividades de incubadora universitaria	<p>“Si, tienen un proyecto de incubación, no sé qué tan desarrollado este, porque lo tienen maestros de, son como comisiones que generan los maestros de tiempo completo”</p> <p>“En el área de emprendedores difundimos y apoyamos a los estudiantes de esta manera, uno por medio de pláticas y charlas de emprendimiento”</p> <p>“La verdad sí, es que no te he comentado que también trabajamos con instituciones bancarias Santander y Banorte, hace días tuvimos la estrategia del Foro Banorte en estas charlas streaming”</p>
Apoyo al alumno	<p>“Si tuviera que decirle algo sería la falta de apoyo, pero yo voy y reitero el alumno que quiere hacer algo pues va a seguirle, y los obstáculos van a ser su fuente inspiración para seguir avanzando”</p> <p>“sí habrá personas que necesitan más apoyo y dependiendo de cómo somos si alguien me dice que no pues no, por eso es la seguridad que</p>

Apoyo de la familia

debemos de darle al alumno para que ellos pues cumplan con sus expectativas”

“pues la familia también, a mí me decía un muchacho ahí en la clase que él se siente presionado porque su papa tiene las expectativas puestas en él”

“Yo creo que es todo, es una combinación, los muchachos que o los alumnos que vienen de familia empresarial, pues generalmente siguen, yo les pregunto ¿trabajas? Si, ¿en dónde? en mi negocio, el negocio familiar o con mi papá, puede ser eso hay algunos, pues es todo, pero sí influye la familia”

“El ejemplo que puede dar el maestro, independientemente que sea o no empresario, pero que los impulse a y la familia, el respaldo a la familia. Para mí es muy importante”

“Sí, bueno, pues cuando llegó al semestre más alto le dijo el maestro que no servía para nada eso y su mama le dijo así lo tienes que hacer, lo tienes que hacer, y ya tengo el negocio, maestra”

Apoyo institución educativa.

“A nivel institución tienen en el plan de Desarrollo, ¿tienen el eje de emprendimiento como parte del sistema? E2. Sí, Estamos en el plan de desarrollo institucional”

“no, pero me refiero eso, yo siento que la universidad, nos está descuidando, tanto a los maestros como a los alumnos”

“Se a figura por más herramientas que nos dé nuestra institución, porque tenemos muchos apoyos aquí tenemos mucho apoyo, capacitación incluso para ellos, para los alumnos, les digo aprovechen la universidad les da muchas oportunidades para prepararse”

Apoyo tecnológico para difusión

“Los departamentos lo solicitan y también empezaremos un plan, un programa para tenerlo ya definido, definitivos en cada semestre a necesidades sociales, tenemos una página de Facebook ahí nos dicen a mí me interesa”

“Hay mucho material, ahora en la semana nacional del emprendedor, tuvimos unas conferencias queremos que nos las pasen para pasarlas a nuestra página de Facebook para hacer unas charlas y saben que vengan a este tema para que conozcan, difundirlo todo eso”

“la forma como nos comunicamos para poder motivar, también pueden estar los medios electrónicos, el que te puedas identificar con el alumno, que se sienta como que eres parte de su misma vida, de su mismo entorno para que algún momento se identifique con el maestro y te

Asesoría del maestro

interactúe a lo mejor de como el alumno percibe lo que tú quieres dar a entender”

“oyes tengo tantas capacitaciones, ósea los buscamos a través de aquí los auditores y los maestros, difundir por watssap a través de los medios como Facebook, les damos difusión y promoción para que los muchachos empiecen a ver...”

“Y hay otros que no crecieron conmigo, pero son mis empresas, son asesorados por mí, pero fueron otros proyectos que nacieron en la escuela, pero que no eran míos...”

“Si me buscan, me preguntan luego son muy baquetones porque me dicen: maestra la voy a buscar en hora de clases para que no me cueste ah que suave les digo, pero si muy bien les doy asesoría a mí me gusta mucho eso.”

“Muy bien, muy bien suelen colaborar con nosotros, muy bien nuestros aliados”

“Definitivamente, como te comentaba, nuestros aliados tenemos el listado de aliados, pero quisiéramos tener, abarcar toda la universidad y todos los campos para que ellos nos ayudaran en el despertar de la creatividad, del espíritu del chico.”

“Claro, es muy importante porque los aliados que tenemos ahorita son maestros que también han sido incubados aquí de proyectos de negocios, entonces, si tenemos ese tipo de incentivo de parte del maestro para decirle “sabes que yo estoy haciendo esto”, “me pasó esto”, los casos de éxitos que tenemos en la incubadora le decimos a los maestros que cuando guste el chico puede ir a hablar con su grupo para que despierte”

“yo creo que el joven trae muchas energías, muchas ganas de hacer y hay que darles herramientas, hay que apoyarlos en eso, porque cuando uno es joven a veces nos queremos comer el mundo y no sabemos cómo y nosotros en nuestra responsabilidad, es un gran compromiso lo siento así, el ser docente, el estar ahí con ellos y yo creo que sí tenemos que apoyarlos para que puedan ellos desarrollar lo que pretende, pero sí, sin duda, yo creo que es la actitud, la disciplina, por supuesto, la preparación a las competencias”

“Una es la necesidad de pasar la materia... Por cumplir con la materia”

“nada más que la gente se enfada, a veces son trámites burocráticos muy extensivos hay nada más falta que me pregunten, me pidan el acta de defunción, no pues ni modo, son tramites”

Burocracia

“Sobre todo la parte la burocracia para el alumno ahorita es un obstáculo o puedo decir que minimiza esta intención que tiene, estas ganas”

“Yo trabajo para empresas micro, para empresas familiares, chiquitas así y a veces me dicen; no es que no hay dinero, yo no tengo acceso a bancos, pide un financiamiento al gobierno, no pero es que , pues haz fila igual que todos pero es que todo lo quieres rápido, fácil no se puede, entonces si ya tienes una idea de negocio, ya la tienes en marcha necesitas crecer pide ayuda, pero ni modo tienes adscribirte a la tramitología que ya existe no hay de otra, no la vamos a cambiar ahorita no la vamos a cambiar, entonces el recurso esta solamente hay que seguir los pasos, ahora los pasos no es que sean tan largos lo que pasa es que a veces el cuestionamiento que pone la secretaria es ese de y ¿para qué lo quieres? ¿Y porque lo quieres? ¿Qué grado de garantía ofreces?”

“porque no había requisito de comprobación, ahora ya les piden y a mí me parece perfecto, les piden el estado origen y aplicación del recurso y a mí se me hace muy bien, lo estás pidiendo para tu empresa aplícalo en tu empresa, que tienes necesidades de otro tipo bueno pues que pena, pero tú el recurso lo pediste para la empresa, pues hay que aplicarlo en la empresa y eso se me hace muy bien independientemente del trámite que hacer”

“estamos en México, donde hay mucha burocracia, donde tal vez digas “ay no tengo que hacer miles de trámites para eso”, pero vale la pena”

Cambio de mentalidad

“De hecho no sé qué mentalidad tenga lo que nosotros es despertarles el interés de que no son, no están estudiando para ser empleados”

“Eso, o sea, motivar, motivarlos mediante la lectura, las redes sociales, casos de éxito, charlas cuando las anunciamos dicen ay no las vimos, no supimos, les hace falta leer no nada más ver redes sociales de redes, ver temas de emprendedurismo, de personas que han ganado todos los retos que se plantean, hay mucho material”

Capacitación de maestros

“esa es la parte que nos falta como escuela, como institución realmente creémosla, realmente contar con maestros en el área de emprendimiento o de emprendedores”

“o sea yo no te puedo hablar de un tema si yo no sé del tema”

“Al que no quiere está difícil, al que no puede pues lo voy a capacitar, prepararlo y a orientar,

pero al que no quiere está un tanto difícil, creo que esto como cualquier otra profesión es de vocación, o sea si nosotros no tenemos vocación, pues va a ser muy difícil el que se de esa dinámica, yo creo que aquí, no sé si me vea muy cursi o no, pero para mí el amor es importantísimo, el amor a lo que hacemos”

“sería una capacitación a todos los maestros como tal para ver de qué manera podemos aderezar nuestras cartas o si no modificarlas,”

Cultura

“Pues no sé si cambiaría el 100 por ciento, pero sí que se iba a incrementar la posibilidad de que se animaran algunos si, o sea es que yo creo que culturalmente eso tiene que irse fortaleciendo de manera constante, es un trabajo a largo plazo porque la cultura del mexicano es así como más relajada, entonces el emprender siempre como el paternalismo, ese tipo de cosas hace como que no te vayas mucho por poner negocios no”

“lo que si hemos ido notado es que el trascurso de los años llega más emprendedores con ideas más solidad con un poco más de competencias por que se están dando programas como cultura emprendedora de clase, están metiendo clases de cultura emprendedora en ciertas carreras”

“Considero y creo que serían en conjunto más que nada hacer una cultura a nivel país, una cultura emprendedora a nivel país”

Desinformación sobre emprendimiento y negocios

“ellos tienen una idea equivocada de lo que es una empresa, espero que se les aclare el panorama porque no tienen idea del área que acaban de tomar económico-administrativo”

“muchos estudiantes no saben que existen en la incubadora ni el de emprendedores universitario”

“Yo cuando les pregunto qué esperan de la materia, pues es eso el hacer negocios nada más, así la perciben y la consideran”

“La motivación y la información, lo informas y se motiva, hay mucho desconocimiento”

“cómo te digo en mercadotecnia hay mucho desconocimiento por la parte del emprendimiento”

“aquí en la universidad todavía no nos conoce, las nuevas generaciones todavía llegan y “ah existe una incubadora”

“para que puedan alcanzar yo creo que tiene también mucho que ver la universidad tendría la que la universidad apostarle más al emprendurismo y meter programas de cultura

	<p>empresadora en todas las carreras, absolutamente en todas”</p> <p>“Fíjate que emprendimiento se ha catalogado mucho como emprender y hacer una empresa propiamente en mi caso específico, y algo que me gusta decirle a los alumnos, emprender es propio, no es propiamente hacer una empresa, emprender es hacer un proyecto, emprender es poder hacer un viaje, emprender es también posiblemente a lo mejor alguna especialidad dentro de la misma carrera, emprender es propiamente hacer algo, hacer algo más, que visualicen sus posibilidades y que no se limite, pero el emprendimiento propiamente que creo yo que se les ha dado a los jóvenes propiamente en la carrera en la universidad, es más de hacer una empresa.”</p> <p>“De forma general, ahorita creo que hay una confusión, o a veces las personas se confunden un poquito en el hecho de decir voy a emprender, la palabra emprender o emprendimiento viene siendo que tú vas a iniciar algo”</p>
Dificultad para emprender	<p>“De forma general, ahorita creo que hay una confusión, o a veces las personas se confunden un poquito en el hecho de decir voy a emprender, la palabra emprender o emprendimiento viene siendo que tú vas a iniciar algo”</p>
Emprendimiento por necesidad	<p>“Entonces esa actitud, esa visión que tiene ella, que dices tú nada más vende dulces, que tiene, vende dulces, pero se paga el camión, la comida y eso le está dando a ella la posibilidad de darse cuenta que va a poder tener un negocio, tarde o temprano puede ser.”</p> <p>“Así es y pues obviamente hay alumnos que por necesidad empiezan a experimentar en el emprendimiento”</p> <p>“hay muchos de que vienen con necesidades propias y dicen quiero una empresa porque mi hermano trabajo en esto y esto, y papa en lo otro, y es que ella es una es empresadora “</p> <p>“y ese momento cuando nosotros estábamos en clase fallecieron sus papas”</p>
Emprendimiento social	<p>“yo creo que es también tres factores primero el económico va de la mano con lo que la universidad quiere ¿no? Y el social tiene que ver también con lo tanto económico que quiere la universidad, pero el social al final de cuen... acabo es el objetivo de tu proyecto, ¿Por qué? Ese social implica precisamente esa parte de la mercadotecnia y también hablando de competitividad o de estrategias, si yo engancho, si</p>

Experiencia del maestro en emprendimiento

yo vendo la idea, si yo te transmito mi experiencia, te doy mi historia y ayudo a los demás ya tengo una ventaja competitiva, ¿Por qué? Porque estoy haciendo algo por los demás que al fin y al cabo es negocio”

“Y sobre todo también ese emprendimiento social que debe de darse ese aspecto humano, que no solamente busquen en el aspecto económico, sino también cómo y de qué manera van a ayudar a la comunidad, cómo y de qué manera van a contribuir en el bienestar de otros que no lo vean solamente como el emprender para generar utilidades, que sí es necesario para poder desarrollar otras actividades, pero que no es suficiente eso, que hay que hacer más cosas, ver por la comunidad”

“obviamente el maestro tiene mucho que ver, porque si el maestro estar preparado, si cumple con el perfil, pues pueden empezar ellos a generar algo que realmente lo pueden hacer...si el maestro no tiene experiencia, pues los va a dejar donde mismo.”

“mucho los maestros que a mí me daban materias que yo te puedo decir que se me quedaban grabadas, de hecho, el maestro que te dije era él, no tanto el que ellos emprendan si no que vivan lo de afuera que vivan lo que vive una empresa no tanto de "ahí yo soy empresario"

“Obviamente tiene mucho que ver la personalidad del alumno, pero también tiene que ver al maestro como influenciador, que este es básico, yo siempre independientemente de la materia que dé, siempre estoy empatando la realidad con el salón de clases y eso ha sido siempre mi consigna desde un principio”

“Considero que si, ósea que a los muchachos les gusta y no nada más en emprendedores, en todo, que al maestro tenga experiencia”

“El maestro, la materia tiene que ser personal, entonces si uno no tiene esa experiencia de tener su propio negocio, no lo puedo transmitir de carne propia a un catedrático, este va a estar de manera teórica, pero si se encuentra un híbrido entre un catedrático e igual un emprendedor sería la mejor opción para poder captar la atención de los jóvenes e impulsarlos al emprendedurismo”

“Sí, mira no voy a criticar, pero necesita el maestro trabajar haya afuera, no puede ser solo maestro de cátedra y de librito, eso no funciona no es posible que no puedan dar una experiencia, practica, un comentario eso le hace falta al

	<p>alumno, eso de alguna manera lo estimula, a mí se me a figura que por eso me siguen los muchachos”</p> <p>“Claro, es muy importante porque los aliados que tenemos ahorita son maestros que también han sido incubados aquí de proyectos de negocios, entonces, si tenemos ese tipo de incentivo de parte del maestro”</p> <p>“pues ahí también siento que tiene que ver la experiencia. O sea, tal vez no tanto en emprendimiento pero tal vez si en cuestión”</p> <p>“que el alumno se identifique con el maestro, por la experiencia que tiene en cuestión de emprendimiento”</p> <p>“yo siento que ya en los últimos semestres debe de ser así, la experiencia que ellos estén recibiendo de parte de sus profesores”</p>
<p>Falta de difusión de emprendimiento</p>	<p>“sí le falta mucha promoción, promueven el hecho de que es necesario que emprendas, pero no te dicen como”</p> <p>“el programa actual de la Licenciatura en Mercadotecnia carece de materias de emprendimiento, la única materia de emprendimiento es la que damos de desarrollo de productos, no hay otra materia que hable sobre emprendimiento en si”</p> <p>“No, de hecho, la mayoría de los muchachos ni la conocen... Crear esa cultura del emprendedurismo, que por sí ya solo el joven venga con una idea o ayudarlos a formar esa sinergia entre jóvenes e incubadora”</p>
<p>Falta de difusión de programas de financiamiento</p>	<p>“Así exactamente no, pero si yo tengo mucha relación con la secretaria de economía porque a veces he trabajado con ellos en programas de capacitación, tenga buena relación y si hay fuentes de financiamiento, nada más que la gente se enfada, a veces son trámites burocráticos muy extensivos hay nada más falta que me pregunten, me pidan el acta de defunción, no pues ni modo, son tramites pero al final del día son créditos buenos, son fuentes buenas, y aquí en Hermosillo si hay financiamiento a fondo perdido, yo trabajo con empresas y a veces me dicen hay tanto batallar y me dieron 10 mil pesos, óyeme son 10 mil pesos que no vas a pagar, ¿dónde te los van a dar? no pues que sí, ah véanlo por ese lado.”</p>
<p>Falta de interés por la materia de emprendimiento</p>	<p>“Entonces hay unos que me dices es que era la única optativa que se me acomodaba al horario, digo ya empezamos mal”</p> <p>“Los chicos, la edad de los chicos, por ejemplo, tal vez algunos dicen: no, a mí me interesan mis</p>

Falta de vinculación de incubadora

clases esto es extracurricular, porque es extracurricular, entonces no es obligatorio, por eso en ocasiones decimos no tenemos que hacer mucha promoción sobre este tema, porque no es obligatorio, y ellos dicen no es obligatorio no voy, cumpla con lo que tengo que cumplir, que es lo que queremos cambiar”

“Pues hay una incubadora, pero está más relacionada con transferencia y tecnología, para las carreras de ingeniería industrial, ingeniería química que es donde hay más posibilidades de generar tecnología, de ver procesos, aquí para la parte de las ciencias económicas administrativas están fuera, porque no hay generación de tecnología”

“No, de hecho la mayoría de los muchachos ni la conocen aunque a veces se acercan curiosamente ya por ahí en séptimo u octavo se acercan con los muchachos para platicar y a decirles, cuando ya están cursando las materias de emprendedores que ahí están, los muchachos no tienen así como el interés, no les llama la atención a lo mejor si desde un inicio se les platicara y pudieran ver la manera de que voy desarrollando durante toda mi carrera un proyecto cuando llegue a séptimo y octavo ya lo puedo poner a funcionar o a lo mejor ya bien elaborado, y ahorre no sé, junte algo de dinero para llevarlo a la práctica pudiera ser, pero ya darles la información en séptimo grado ya se me hace así como que ya casi cuando ya se van”

Familia emprendedora o empresaria

“Yo creo que es todo, es una combinación, los muchachos que o los alumnos que vienen de familia empresarial, pues generalmente siguen, yo les pregunto ¿trabajas? Sí, ¿en dónde? en mi negocio, el negocio familiar o con mi papá, puede ser eso hay algunos, pues es todo, pero sí influye la familia”

“porque realmente no tienen todos los conocimientos para emprender, hay algunos que ya lo traen porque vienen así de familia emprendedora, pues ya traen el caminito, pero y si ¿no? Pues hay que empezar a empujar despertando a desarrollar.”

Inseguridad y miedo

“Yo creo que desde los primeros semestres a los estudiantes se les tiene que explicar que muchos de ellos, si no es que todos, tienen la posibilidad de generar su propio negocio. Sabemos que hay personas que son muy visionarias, que son arriesgadas, que les gusta aventarse para hacer negocios y no temen al fracaso momentáneo porque luego vuelven con otra cosa y pueden

resurgir, entonces creo que para los chavitos es importante explicarles que no nada más pueden ser empleados, también pueden ser dueños de su propio negocio de diferente tamaño, entonces creo que por ahí va a inducirlos a descubrir que tienen la capacidad o la potencialidad de realizar su propio negocio, que se den cuenta.”

“pero necesita perder el miedo también, porque me ha tocado alumnos que a lo mejor si tienen la posibilidad de poner el negocio, pero a veces tienen también miedo, al fracaso, a los trámites gubernamentales porque también trámites gubernamentales son muchos, a los requisitos a no tener la suficiente experiencia para llevarlo a cabo entonces también eso podría ser, el miedo a arriesgarse”

“al ser joven que no le tenga miedo al emprender”

“Todas las personalidades son diferentes, pero yo siento propiamente, por ejemplo, aquí en la carrera de negocios, tienen que ser extrovertidos, participativos y varían mucho, pero yo veo muchos chicos aquí que son, que son muy callados”

“Todas las personalidades son diferentes, pero yo siento propiamente, por ejemplo, aquí en la carrera de negocios, tienen que ser extrovertidos, participativos y varían mucho, pero yo veo muchos chicos aquí que son, que son muy callados”

“Probablemente el joven ahorita sea menos temeroso que mi generación, puede influir en el deseo de hacerlo, de hecho, aquí lo vemos, muchachitos que ya andan así y ya uno tiende a ser un poquito más conservador...yo partiría de ahí de la persona eso es fundamental para que pues no tengan miedo, miedo siempre va a ver, pero que el miedo los impulse a actuar”

Irresponsabilidad de emprendedores

“Para el resultado de la aplicación del recurso a mí me parece bien, ya te estoy hablando de hace mucho tiempo, pero hace como 15 años había mucho crédito a fondo perdido a través de nacional financiera mucho y daba pláticas y capacitaciones para nacional financiera, y la gente recibía el dinero y cuando ibas a darle la plática ya no lo tenía, en los pueblos del río aquí Huepac, Ures, todos los pueblos del río se apoyaba mucho porque haya hay muchas empresas carpinteras hacen mucho mueble artesanal, casi todos los exportan, muy bonito cuando íbamos; oiga y el dinero que se le dio? No pues es que necesitaba una camioneta, no es que esta la fiesta de quince

Limitantes de la intención

años de mi hija, porque no había requisito de comprobación, ahora ya les piden y a mí me parece perfecto, les piden el estado origen y aplicación del recurso y a mí se me hace muy bien, lo estás pidiendo para tu empresa aplícalo en tu empresa, que tienes necesidades de otro tipo bueno pues que pena, pero tú el recurso lo pediste para la empresa, pues hay que aplicarlo en la empresa y eso se me hace muy bien independientemente del trámite que hacer, nosotros cuando iniciamos la empresa el despacho si nos adscribimos a solicitar un apoyo, pero realmente no fuimos sujetos”

“Yo aquí a los muchachos doy formación empresarial y me dicen los muchachos vamos a hacer proyectos, ¿los vamos a poner en marcha? ojala a mí me gustaría que fueran y los registraran pero no los voy a poner en ese dilema de que ya queden registrados ante el SAT, pero véanlo como dentro de su abanico de posibilidades como una opción, lo vamos a hacer formal al interior y ya lo van a tener listo para cuando quieran, y dicen es que no hay dinero, pues empiecen a buscar, trabajen ordenadamente, búsquense un socio, pero no quieran hacerlo todo, ahorita ya no se pueden hacer las cosas solo, ya no tenemos que buscar apoyos, y ni modo es necesario a lo mejor la empresa de antes era una sola persona y con los recursos propios, pero ahorita ya es más difícil, pero si hay financiamientos.”

“Si, tanto de investigación, como de razonamiento, como de incluso de valores porque a la última estancia también tiene mucho que ver con la actitud y la disponibilidad y por otro lado también en cuestión de eh, eh (tartamudeo) mencionado de la comunicación en cuestión también de la unificación porque si viene siento teóricamente este si no tenemos los valores bien formados, a veces las actitudes no se prestan”

“Las cuestiones económicas y económicas en general de la ciudad, del estado, del país, eso como que les da ay maestro, pero esto, y como están las cosas eso creo que sí les pega un poco, entonces la situación económica general y no tanto la familia, sino en lo general, el riesgo es a veces como que se me asustan”

“me terminan platicando problemas que traen ellos y además cuando sueltan esa parte ponen pausa ponen un alto a esto vamos a resolver todo lo que traes y cuando regreses aquí voy a estar yo...entonces que les falta experiencia.”

“y estuvo aquí su papá en la exposición final y el muchacho está trabajando luego y me dice a veces me veo y me siento limitado porque estoy con mi papá y más, y le digo no si es tu empresa debe de ser de momento tu prioridad y lo que aprendiste en la carrera es parte de lo que estás emprendiendo en el negocio familiar y no pasa nada, esta otro chavo también aquí de negocios, el no pudo terminar por una cuestión familiar, también en una empresa de salsas, y me dice maestra es que yo no sé nada de marketing, lo que pueda ayudarte, entonces vino me presentó un proyecto para el lanzamiento de las salsas y no es familiar el asunto, pero ahí la lleva”

“No, porque la función de la incubadora es orientarte a elaborar un plan de negocios y canalizarte para que consigas fondos porque al momento de canalizarte es igual te mandan a la secretaría de economía, vuelves a caer otra vez gastas y después recuperas tu dinero, caemos otra vez en el círculo vicioso, no considero que tenga”

“porque emprendedores lo ven ya en séptimo u octavo semestre, en cambio si lo ves desde tronco común, etapa intermedio y final, ya con eso el alumno ya tiene las bases y no le va a cargar demasiada información hacia seis meses.”

Materia practica

“Leer, les hace falta mucho leer, conocer casos de éxito, meterlos al internet a buscar lo bueno, lo que han hecho, innovaciones, como te digo, nosotros tenemos una página que se llama Emprende con UNISON y ahí estamos en networking, estamos trabajando en esto, esto hay en México estos casos de éxito. Eso o sea, motivar, motivarlos mediante la lectura, las redes sociales, casos de éxito, charlas cuando las anunciamos dicen ay no las vimos, no supimos, les hace falta leer no nada más ver redes sociales de redes, ver temas de emprendedurismo, de personas que han ganado todos los retos que se plantean, hay mucho material, ahora en la semana nacional del emprendedor, tuvimos unas conferencias queremos que nos las pasen para pasarlas a nuestra página de Facebook para hacer unas charlas y saben que vengan a este tema para que conozcan, difundirlo todo eso”

Mejor comunicación institucional

“motivar, mm (pensando) si es un poquito... ¿Cómo explicar? Eh (pensando) complicado en el sentido de que, siento yo que, que (tartamudeo) a veces hay maestros que damos más allá, que entramos a talleres, que los sacamos de la escuela, nos juntamos a curso ah, ah (tartamudeo)

Mentalidad

conferencias, a no se congresos, donde les, les (tartamudeo) damos las herramientas pero el alumno como que todavía no, no (tartamudeo) no aterriza la idea ¿no? Por otro lado, en cuestión de cómo motivarlo también eh (pensando) de como institución siento que también debe de haber más comunicación, más unificación”

“estas acreditando tanto estas pasando, haces eso y pasas, o de qué manera estas evaluando ¿no? O estás haciendo realmente la parte de investigación como debe de ser, entonces si no tenemos esas bases como podemos exigir en octavo que gas esa parte de investigación, mm aja (afirmando) que es muy importante dentro de cualquier materia y obviamente en un plan de negocios, sino tienes como respaldar.”

“Yo creo que desde los primeros semestres a los estudiantes se les tiene que explicar que muchos de ellos, si no es que todos, tienen la posibilidad de generar su propio negocio. Sabemos que hay personas que son muy visionarias, que son arriesgadas, que les gusta aventarse para hacer negocios y no temen al fracaso momentáneo porque luego vuelven con otra cosa y pueden resurgir, entonces creo que para los chavitos es importante explicarles que no nada más pueden ser empleados, también pueden ser dueños de su propio negocio de diferente tamaño, entonces creo que por ahí va a inducirlos a descubrir que tienen la capacidad o la potencialidad de realizar su propio negocio, que se den cuenta.”

“primero vete al psicólogo y no muchos se sienten así como que”, ¿cómo al psicólogo? yo les digo, "yo voy al psicólogo estoy loca", no pues no, créeme que ese tiempo te va a llevar a que hagas las cosas mucho mejor, y se van al psicólogo, porque me dicen " oyes ya puse la cita con el psicólogo", y entonces muchos de esos muchachos se han regresado, "sabes que me fui competí aquí", hay uno que aquí solo de los que se fueron al psicólogo”

“Sí, claro yo veo ahorita propiamente tengo dos grupos, uno de 40, que fue el que publicaste aquí en la universidad, y el otro son de 18, los que son 18 en la mañana a las 8 de la mañana, así como pidiéndole permiso a un pie para levantar el otro, todos dormidos y más, a ver niños, despierten, ya estamos aquí ubíquense, necesito que me comenten, no que estén enterados de todo el acontecer político, económico, social, has de cuenta que no dije nada, a ver jóvenes luego esto

es parte esencial de la materia y si no se pusieron a leer tienen dos minutos para ver el celular, no contestar mensajes y ponerse a buscar noticias, y se ponen serios como que ya se ponen a levantar la mano y más, pero si con el otro grupo de 40 y tantos que lo único que batallas que son muchos, pero es mucha sed, mucha adrenalina de todo el mundo esté participando y tiene que ver el grupo, y te digo y si no tienes el grupo así pues hay que encontrar como maestro la manera de motivar”

“En algunos casos lo ven como que es una materia obligatoria, que tengo que cursar y tengo que hacer un proyecto, pero la ven que es un requisito mas no la ven como que es una oportunidad para mí para aprender cosas nuevas, para aprender si en un futuro tengo la capacidad económica o las ideas para poderla llevar a cabo , saber ya lo que necesito hacer, no solo la ven como una materia más, un trabajo más que entregar y que aprobar, para poder terminar la carrera, así es como siento que ellos la ven.”

“Porque ya llegan con la actitud de; hay es una materia más, ya estoy casi por terminar mi carrera, yo ya me voy, lo único que quiero es pasarla, acreditar y adiós ahí se ven, ósea no me interesa más, considero que sería así, tal vez a lo mejor con platicas de motivación, desde un inicio para que los muchachos pues e vayan emocionando, considero que algo así pudiera ser”

“Primero iniciativa, que tenga chispa el alumno, sobre todo que tenga la idea, creo que al momento que tiene la iniciativa, que él quiera lograr su propia empresa, ya es ganancia porque puedes tener una idea, pero si no la sabes desarrollar o no tienes la iniciativa, es algo que vas a tener ahí, pero nunca lo vas a desarrollar “

“Los chicos, la edad de los chicos, por ejemplo, tal vez algunos dicen: no, a mí me interesan mis clases esto es extracurricular, porque es extracurricular, entonces no es obligatorio, por eso en ocasiones decimos no tenemos que hacer mucha promoción sobre este tema, porque no es obligatorio, y ellos dicen no es obligatorio no voy, cumplo con lo que tengo que cumplir, que es lo que queremos cambiar”

“entonces muchos no tienen ni siquiera la intención de *así voy a ir al evento* entonces les damos puntos por culturales que son los que ellos necesitan para acreditar ciertas ... de universidad, y entonces ellos la primera vez que llegan es * ahí voy porque a lo mejor tengo que cubrir ese

Motivación institucional

Motivación por parte del maestro

requisito y empiezan a despertar un poco*, eso nos hemos dado cuenta”

“pero si es muy importante el maestro impulse, que te diga que lo puedes hacer, que lo puedes lograr”

“sí habrán personas que necesitan más apoyo y dependiendo de cómo somos si alguien me dice que no pues no, por eso es la seguridad que debemos de darle al alumno para que ellos pues cumplan con sus expectativas con lo que ellos buscan, con lo que ellos quieren, yo partiría de ahí de la persona eso es fundamental para que pues no tengan miedo, miedo siempre va a ver, pero que el miedo los impulse a actuar, a buscar, a ser cautelosos, también por supuesto, pero que les permita avanzar, yo siempre parto de ahí y si de las herramientas como decía al principio usted los temas si son fundamentales porque si son herramientas que se les dan que ellos las sepan aplicar, pero es voluntad”

“yo creo que un maestro sí puede incidir mucho en ello para que hagan un negocio, encaminarlos, encausarlos, orientarlos pienso que si”

“En la parte de la orientación es el estar detectando inquietudes de los alumnos y que esas inquietudes nosotros podamos orientar, ayudarles a que sean realizables, que sean reales, que sean inquietudes que pudieran aterrizar en lograr algo, y nosotros en la parte del conocimiento y de la responsabilidad que tenemos para ayudarles a que salgan adelante, pues es el estarlos orientando y él estarlos ayudando para que puedan lograrlo, según el punto de vista, nosotros puedan llegar a lograrlo.”

“Y yo siempre lo he dicho en los cursos, no basta con que hagas lo que sabes, no le digo a los alumnos también, aparte de lo que sabe y aparte de preparar clases, tiene que venir uno aquí a hacer circo, maroma y teatro para que ustedes pongan atención, y esa es otra parte, porque ya la atención es mucho más difícil de captar cada vez.”

“motivarlos porque así es como han iniciado grandes empresas a veces haciendo cosas pequeñas y ahorita son grandes corporativos”

“No considero que tenga que ver eso, no considero que tenga que ver si el maestro tiene experiencia que vaya a ser factor para que alumno emprenda o no, lo único que puede hacer es que el hecho de que el maestro tenga la experiencia pues los motive a lo mejor en el momento para llevar a cabo el proyecto y todo ya hay otros factores,

Obstáculos institucionales

como por ahí también ya lo mencione que lo llevan a emprender como es lo económico, el hecho de terminar la carrera, querer crecer, como otros factores, son los que le van a decir; ah sí pon un negocio o mejor vete a ejercer tu carrera”
“Influye de muchas maneras; en este caso el docente tiene que motivarlos constantemente, darles casos prácticos sobre todo casos de éxitos para que el joven decida emprender, porque si tu lo vez todo de manera teórica el alumno solamente se va a llevar esa parte, si le das casos reales ya lo hace por deseo que emprenda, lo hace más personal”

“Si, Como no, si definitivamente. Aquí hay un maestro muy bueno se llama León Mayoral, que acaban de contratar, tiene un despacho de publicidad y todo eso, pero aparte de ser un excelente, lo acaban de contratar y yo sé que por ahí hay un montón de personas que dicen que si ¿Por qué a él lo trajeron? Que es de nuevo ingreso que yo tenía más derecho, porque aquí hay sindicato y yo digo es una excelente opción para la universidad de Sonora porque es un excelente maestro, excelente empresario, formador impresionante entonces ¿qué más quieres? Ojalá trajeran muchos así, yo digo que esa es la base para que puedan promover el emprendimiento, si va un maestro que no tiene experiencia en emprendimiento no motiva nada, da su clase y se va y se acabó”

“a lo mejor también no es un momento para nosotros también como maestros, este (pensando) o no hay esa integración, esa comunicación tal vez en la misma carrera o los mismos maestros de la misma materia o tal vez como dicen ¿no? estas acreditando tanto estas pasando, haces eso y pasas, o de qué manera estas evaluando ¿no? O estás haciendo realmente la parte de investigación como debe de ser, entonces si no tenemos esas bases como podemos exigir en octavo que gas esa parte de investigación, mm aja (afirmando) que es muy importante dentro de cualquier materia y obviamente en un plan de negocios, sino tienes como respaldar.”

Paciencia

"Yo creo que hay que equilibrar, mira hay que equilibrar el conocimiento con la habilidad también, con una muy buena actitud en el sentido de tener paciencia, de perseverar de no desesperarse, es tu idea, has de cuenta que es tu hijo la empresa entonces le tienes que tener paciencia”

Plan de vida

"Silvia a veces pareces psicóloga- porque se sientan conmigo a veces piensa se soban la espalda y están platicando están todos tensos y yo a okey haber tú quieres hacer esto, empiezo bla, bla, etc. bueno y a qué hora vas a hacer el proyecto "no pues es que esto y tienes novia" , y como te ves en 10 años, yo le digo por ejemplo "muchacho y ahorita tiene 24 años súmale 10 años como te ves, y si me dice casado y con hijos, que estás haciendo tu para estar dentro de 10 años casado y con hijos, ¿tienes novia?, si ¿y no salen? no pues es que no salgo, dependiendo de la edad que, un día llevo uno de 40 que estaba haciendo maestría o doctorado, y ¿en 5 años más como te ves? y tu como esta tu vida, empezamos a trabajar un poquito con el emprendedor ”

“Cuando llegan los estudiantes en los primeros semestres, en los del medio media carrera y al final de la carrera y lógicamente los que entran a los primeros semestres vienen, pues no saben ni qué onda todavía, yo creo que elegir una carrera a la edad esa es lo más complicado para un muchacho o una muchacha, porque no sabes lo que quieres. Muchos sí lo saben, pero la gran mayoría creo que no, en los últimos años para acá está más difícil, que hay más confusión, no sé si sea el sistema, de dónde vienen, este sistema educativo o que haya sido modificado el sistema educativo, pero creo que vienen perdidos muchos de ellos”

Problema generacional

“Sí, mucho tiene que ver eso, porque yo ya tengo mucho tiempo aquí trabajando y he tenido grupos que son buenísimos, que se mueven que van que vienen que todo y ahorita ay no está muy difícil, son alumnos como más, ay no sé si como muy protegidos, muy tímidos como más inseguros”

“bastante ósea esa generación la estamos formando nosotros, si creo yo soy como una generación intermedia ósea tengo hermanas más grandes que son como más retacadas ósea si me explico de otra generación, yo soy la generación intermedia porque tengo un hermano más chico y la , yo ahorita tengo 34 años ahorita mi hermana más grande tiene 41, y el más chico tiene 6 años menos que yo y si yo me voy viendo así digo yo ellas fueron como que más conservadoras, yo fui como fui la más chica soy la que me dejaron hacer cosas”

“En un momento dado sí, claro, es opción más, pero insisto también las nuevas generaciones están

muy acostumbradas que les demos todo hehecito y en bandeja de plata”

“Sí, claro que tiene que ver la generación, y desgraciadamente lo que les está tumbando a ellos es, y ya lo platicaba con una... internacional, es cuestión de las actitudes, muchas empresas están ahorita de ahí sí y contratando millennials y de más por todo el poder que traen y que padre, pero también están una etapa de decepción ya que los contratan precisamente por eso por las actitudes, entonces ese es otro tema de estudio“

“Yo pienso que es generacional, es mira, yo batallo mucho con ese grupo, sinceramente”

“Pero siento yo que la comunicación tiene mucho que ver y también esa, esa (tartamudeo) parte de, pues yo siento que no tanto la culpa del maestro o del plan de la carrera, o sea incluso de la misma universidad, si no que siento yo como que el alumno lo tenemos muy consentido, tanto de casa, como de cuestión de la escuela y también como la que la unificación para llevar a cabo que desarrolle o aventarlo, aventarlo al ruedo, sin, sin (tartamudeo) que se sienta como que “ hay y ahora que voy a hacer” ¿no?. Como que hay es una materia más, no lo miran como que es una oportunidad de poder brillar, de poder sobresalir, siento yo que es ahí, no sé si me fui muy de largo...”

“Entonces a veces no entiendo esa actitud o esa disponibilidad de hacer las cosas cuando tú lo puedes hacer, no sé, no se (tartamudeo) si sea como, pues ahora si “la crisis de los millenium” “sí hay generaciones en donde veo a muchachos con muchas ganas, mucho entusiasmo, con mucha ilusión de hacer cuando ellos se presentan”

“No creo, yo lo veo en los alumnos, hay alumnos que si llevan la materia nada más por pasarla, uno lo ve, y hay otros que son la mayoría que se entusiasman con el proyecto, en lo que estamos trabajando y yo siempre digo que todo es como generacional, hay generaciones muy buenas que uno ve que lo van jalando también, que lo involucran y nos hace buscar más y darles más, y hay otros que como que más lentos, yo digo que tiene que ver con la persona, no tanto que sea obligatoria o no, yo lo veo así”

“Una es la necesidad de pasar la materia, Otra la necesidad en algunos de ellos de generar un negocito para la necesidad propia del estudiante, y pues yo creo que pocos son los que dicen quiero seguir con un negocio.”

Problema institucional educativo

“Pues no, ahorita no me gusta lo que es la licencia, el programa actual de la Licenciatura en Mercadotecnia carece de materias de emprendimiento, la única materia de emprendimiento es la que damos de desarrollo de productos, no hay otra materia que hable sobre emprendimiento en sí e institucionalmente, pues también hay falta de promoción de comunicación de lo que existe y la institución no lo promueve mucho porque no tiene capacidad de respuesta”
“y para que puedan alcanzar yo creo que tiene también mucho que ver la universidad tendría la que la universidad apostarle más al emprendurismo y meter programas de cultura emprendedora en todas las carreras, absolutamente en todas”

Promoción de la cultura emprendedora

“Y yo siento que son materias como de razonamiento, no los estamos enseñando a pensar, y esa palabra de pensar son muchas este (pensando) tal vez muchas asignaturas que van en relación a tal vez el plan de estudio”

“Yo digo que sí, porque a veces las cosas no se hacen por desconocimiento, a veces creen que no tienen nada con que iniciar, y si aquí en la universidad hay un proyecto de incubación que te puede dar la base para crecer, que hay relaciones con el gobierno, bueno yo trabaje en la privada como te dije y así manejábamos la incubadora; a través de una serie de convenios externos que lo que hacían era fortalecer los apoyos para los alumnos que decidían emprender, imagínate en este mundo de universidad que es tan grande cuantos apoyos no puede haber, pero si la gente no los conoce ¿Cómo?, ahora yo tampoco los conozco, porque a mí nunca me han dicho de que se trata la incubadora, que es, quien la maneja, no sé nada, entonces yo no la puedo promover porque yo no sé, sé que existe, pero es lo único que sé.”

“En el área de emprendedores difundimos y apoyamos a los estudiantes de esta manera, uno por medio de pláticas y charlas de emprendedurismo.”

“Probablemente sí, en el área generalmente de las incubadoras de negocios se han ido al área de las ingenierías, curiosamente, y entonces ahí hay proyectos que se han desarrollado, sabemos el proyecto que se ha desarrollado y curiosamente, pues ha habido poca participación de las áreas económicas administrativas.”

Promoción de la incubadora

“Algunos no, en los primeros semestres es muy poco probable que lo conozcan, aunque cuando se

Seguimiento de proyectos

da el programa de inducción y se presenta su universidad se les dice todo verdad, pero a veces lo ubicaran quienes ya traigan esa intención y que a veces uno es muy selectivo cuando recibe información, ¿verdad?”

“Si, fijate lo de Radio fue en su momento si se le dio seguimiento, pero ya no está propiamente, lo del portal de noticias sigue la chica emprendedora, además, se dedica a proporcionarlo el servicio de información a varias unidades del gobierno del Estado, ya están en otros niveles y, por ejemplo, esta niña es recién la empresa, fue a finales del año pasado, ahora me la encontré y continúa muy movido proceso de emprendimiento”

“entonces ese seguimiento es el que lo vamos dando, cuando las empresas de que oye ya tengo todo lo que quiero es meterme”

Seguimiento del proyecto por parte del maestro

“Si lo llevan a cabo, no les he dado seguimiento yo soy maestra de horas sueltas, pero algunos si han tenido éxito en eso y están trabajando entonces que haciendo joyas o bisutería fina y de diferentes ahorita no me acuerdo de cuales eran, pero si ha habido algunos”

“En la parte de la orientación es el estar detectando inquietudes de los alumnos y que esas inquietudes nosotros podamos orientar, ayudarles a que sean realizables, que sean reales, que sean inquietudes que pudieran aterrizar en lograr algo, y nosotros en la parte del conocimiento y de la responsabilidad que tenemos para ayudarles a que salgan adelante, pues es el estarlos orientando y él estalos ayudando para que puedan lograrlo, según el punto de vista, nosotros puedan llegar a lograrlo.”

“Salen más de licenciatura, generalmente los de maestría son proyectos que a veces ya están iniciados uno que otro es nuevo más bien en la maestría son proyectos de seguimiento, de crecimiento de innovación, de cambios, en la licenciatura son proyectos completamente nuevos”

“Hay algunos, hay algunos que son emprendedores desde que están en la prepa así y hay algunos que, por ejemplo, me ha tocado que dicen maestra, estoy incubando en el Ayuntamiento, el Ayuntamiento de Hermosillo tiene una incubadora de negocios, estoy incubando y ya me dice ayúdeme aquí, que este equipo de trabajo y ya empezamos a trabajar y algunos que han salido de la clase, que después me dicen maestra, se acuerda de esto? lo hice y

Selección de maestros sin el perfil

me llevó y así, pero no les he dado así como un seguimiento para decirle están aquí o están allá”
“No siempre, aquí es muy difícil que te den clases entonces hay veces que hay clases de ese tipo y pues es la única que hay y te la dan, pero a veces no se fijan en el perfil”

Situación del alumno

“afectan al alumno es cuestión a donde, de, de su actitud, de sus, sus, (tartamudeos) ganas de hacer las cosas, de, o no tienen nada que ver los temas o (tartamudeo) donde recae más en, en (tartamudeo) los temas del curso, en el curso en sí, o en el maestro. Esta parte de afectar al alumno directamente.”

“Yo creo que es depende de la situación del alumno; depende de su entorno, de su problemático de vida, sus circunstancias de vida, por ejemplo si es estudiante, si tiene sus clases, si tiene su familia, pero la familia, las condiciones económicas en las que se encuentra su familia, así como puede hacer que abandone la escuela, puede hacer que el alumno se contrate en una empresa porque requiere apoyo económico para la familia y eso disminuye la posibilidad de que haga negocio, la situación económica, si la situación económica de la familia no es tan adversa y tiene esa capacidad del muchachito bueno, va a detonar en algún negocito o puede ser o son muchas variables, creo yo o si la situación económica parece presionar a él y ve la posibilidad de un negocio, pues lo va a hacer también y puede ser que no termine la carrera a veces, porque lo absorbe el negocio”

“hay muchos de que vienen con necesidades propias y dicen quiero una empresa porque mi hermano trabajo en esto y esto, y papa en lo otro, y es que ella es una es emprendedora”

“Primero iniciativa, que tenga chispa el alumno, sobre todo que tenga la idea, creo que al momento que tiene la iniciativa, que él quiera lograr su propia empresa, ya es ganancia porque puedes tener una idea, pero si no la sabes desarrollar o no tienes la iniciativa, es algo que vas a tener ahí, pero nunca lo vas a desarrollar”

Tecnología como factor limitante

“La minoría si lo reconoce, los otros no están en eso, están idiotizados por el teléfono, por ejemplo, a mi yo llego a la clase y desde el primer día les digo el teléfono debe estar en silencio y en las mochilas, teléfono que yo vea en la paleta me lo llevo a mi casa como chiquitos; no maestra, si me los llevo yo le voy a decir nada más cuando los van a sacar y si lo sacan verdad, ¿traen datos?”

Busquen, investiguen esto y esto y esto otro y si investigan y están trabajan y no le hagan caso a las cintillas que traen ahí, porque se van así “

“No, puede ser de mucho apoyo, lo que pasa es que ahorita hay mucho abuso en el uso, creen que todo lo van a sacar de ahí y no es posible, entonces hay un abuso en el uso de la tecnología”
“como institución, siento que nos debería de, de (tartamudeo) interesar un poquito más, ¿Por qué? Porque si es el mismo plan de estudio y si vemos que hay diferentes resultados es que algo está pasando ¿no? En ese caso por ejemplo es escolarizado siento como que (pensando) hay muchas maneras de salir y no lo miran como una oportunidad de negocio, lo miran como una materia más, entonces como que no despertamos tanto el interés como maestros o a lo mejor igual esa, de, de (tartamudeo) que dudan de las ideas o el proyecto o algo que nos late, otra cosa que yo veo muy interesante y también es importante dentro de es la tecnología, o sea yo siento que esa parte de la tecnología, eh (pensando) nos ha quitado mucho la, la (tartamudeo).. Que se puede decir... el nivel de razonamiento, o sea que estoy en el teléfono invirtiendo en cuestión de tecnología y puedo hablar muchas cosas en el día, pero como que estoy retrocediendo cibernéticamente hablando, entonces yo, lo que digo yo, porque no utilizar las herramientas a tu favor, no conocen...(tartamudeo) que te concentres, aunque sea cinco minutos de definir alguna idea, o definir, así como sabes que yo me veo así.”

Tecnología como herramienta de trabajo

“la forma como nos comunicamos para poder motivar, también puede estar los medios electrónicos, el que te puedas identificar con el alumno, que se sienta como que eres parte de su misma vida, de su mismo entorno para que algún momento se identifique con el maestro y te interactúe a lo mejor de como el alumno percibe lo que tú quieres dar a entender”

Trabajo de la incubadora

“Estamos dispuestos, nos vamos a dar unas pláticas para decir qué hacemos, cómo, cómo trabajamos, la incubadora, cómo pueden desarrollar su proyecto, tenemos estudiantes capacitados también para dar cursos, por ejemplo, tenemos aquí hasta un chico, él es emprendedor también fue uno de los que ha estado con nosotros colaborando y da los cursos de finanzas personales, entre otros CANVAS, entre otros.”

Trabajo del maestro en clase

“Si cumplen, si yo pondero muy bien todo y me gusta cumplirles en el momento para que ellos entiendan que siempre tienen que responder en tiempo y forma, que el emprendimiento es una responsabilidad, donde pues estás arriesgando a veces un patrimonio, entonces tienes que trabajar siempre en tiempo y forma, y yo trato de que si hacen un examen se los entrego, si hacen un ejercicio inmediatamente, para que ellos vean que así deben de responder, es una pequeña forma de incidir en ellos, pero a veces si funciona”

“marcos teóricos que no estamos inventando nada, es esa formación que ellos deben de tener. ¿Debe de estar la formación? Sí, tiene que ver con la motivación del maestro “

“lo que si hemos ido notado es que el trascurso de los años llegan más emprendedores con ideas más solidas con un poco más de competencias por que se están dando programas como cultura emprendedora de clase, están metiendo clases de cultura emprendedora en ciertas carreras por que todavía no llegan a todas o este los que no tienen esas materias a los maestros nos hablan y nos dicen *oye un tallercito para que sepan cómo está el show afuera y empezamos a pisar por dentro de la área de la universidad y poco a poco nos hemos ido dando a conocer*”

“No es básicamente el maestro, darle continuidad algún proyecto que ya tengan, el apoyarlos y motivarlos en un momento dado hasta persuadirlos, en decirles esto es emprendimientos y más, pero es básicamente el del maestro”

“Influye de muchas maneras; en este caso el docente tiene que motivarlos constantemente, darles casos prácticos sobre todo casos de éxitos para que el joven decida emprender, porque si tú lo vez todo de manera teórica el alumno solamente se va a llevar esa parte, si le das casos reales ya lo hace por deseo que emprenda, lo hace más personal “

Vinculación con facultad

“Los departamentos lo solicitan y también empezaremos un plan, un programa para tenerlo ya definido, definitivos en cada semestre a necesidades sociales, tenemos una página de Facebook ahí nos dicen a mí me interesa, por ejemplo, ahorita andamos con la 4.0. Estamos preparando una charla de la generación 4.0 porque Campos Santana nos está pidiendo una charla, entonces sí vamos a prepararnos en cuanto a ese tema.”

Vinculación con instituciones de gobierno

“Así exactamente no, pero si yo tengo mucha relación con la secretaria de economía porque a veces he trabajado con ellos en programas de capacitación, tenga buena relación y si hay fuentes de financiamiento, nada más que la gente se enfada, a veces son trámites burocráticos muy extensivos hay nada más falta que me pregunten, me pidan el acta de defunción, no pues ni modo, son tramites pero al final del día son créditos buenos, son fuentes buenas, y aquí en Hermosillo si hay financiamiento a fondo perdido, yo trabajo con empresas y a veces me dicen hay tanto batallar y me dieron 10 mil pesos, óyeme son 10 mil pesos que no vas a pagar, ¿dónde te los van a dar? no pues que sí, ah véanlo por ese lado.”

“Nunca, nadie ósea sabes que existen, pero como yo no hago eso, mi despacho es de consultoría administrativa, diagnostico organizacional, auditoria, capacitación y el que quiere ayuda en emprendimiento pues le ayudamos, podemos hacerlo muy bien, pero yo no tengo esa relación de incubación con el gobierno ni nada, pero si le falta mucha promoción, promueven el hecho de que es necesario que emprendas, pero no te dicen como, es como cuando se promovió que la empresa se tiene que registrar, y vas a tener acceso a poder comprar una vivienda de INFONAVIT, y que vas a poder tener salud y que no sé qué, ahí va la pobre empresa y se registra, ¿y luego? Si no le dijeron nada de lo demás, si no tienen factor administrativo, si no tiene factor contable probado, ahí están las pobres empresas tronadas”

“En el área de emprendedores difundimos y apoyamos a los estudiantes de esta manera, uno por medio de pláticas y charlas de emprendedurismo. Por ejemplo, tenemos la plática de liderazgo, la de emprendedor, finanzas personales, CANVAS. También difundimos convocatorias de empresas como la de retos de empresas. Tenemos la de Lic. Chalens de General Electric, por ejemplo, son cada verano, esta empresa si tiene alguna problemática lo lanza a concurso, entonces el estudiante puede estar todo el verano con ellos, con la oportunidades de trabajo, después les dan una pequeña ayuda y le dan la experiencia que el estudiante necesita, bueno empieza con las experiencias de trabajo de los estudiantes, tenemos ahorita otra empresa que se llama Heineken, el reto Heineken que es cómo reducir las emisiones de CO2 en el ambiente y su problema de distribución de la cerveza, ahorita ese

Vinculación con instituciones financieras

proyecto lo estamos trabajando, hay un premio de 500,000 pesos, hay 10 premios, 500 mil, 300 mil, 200 mil y 4 de 50 mil, tenemos otra convocatoria que estamos trabajando de líderes ANUIES, son estudiantes que por medio de un video de dos o tres minutos, respondiendo a unas preguntas de la ANUIES, pueden participar para ganarse un premio de un viaje a la Conferencia Internacional de ANUIES que va a hacer este año en Mazatlán. Hemos trabajado también con los gobiernos, el gobierno federal, la Secretaría de Economía y el INADEM de aquí de Hermosillo, con la difusión de sus proyectos y sus cursos en lo que va del semestre. “

“La verdad sí, es que no te he comentado que también trabajamos con instituciones bancarias Santander y Banorte, hace días tuvimos la estrategia del Foro Banorte en estas charlas streaming solicitamos al área de Economía de la Universidad para que fuera la sede de los eventos, puesto que los temas eran dirigidos, eran sobre charlas de la nueva administración que viene el siguiente sexenio, sobre educación política en general, tengo los temas ahí, ahorita te los comento, tuvimos mucha participación de todos los auditores que tuvimos y sí se ve que están interesados los estudiantes”

Vinculación con la comunidad estudiantil

“lo trabajamos eso lo trabaja directamente Carmen, yo colaboro con ella, se realizan eventos internos y también eventos en los que *a secretaria de economía quiero dar capacitaciones, quiero dar cursos, y rápido tienen el contacto entonces se trabajan por ejemplo los congresos, trabajamos mucho con lo que es el método de Santander aduanación empresarial, fs. que es un evento de proyectos”
