

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



**Estudio del comportamiento intraempresedor en medianas empresas
del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California**

TESIS PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO DE:

DOCTOR EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Por: Leonardo Ramos López

DIRECTORA DE TESIS:

Dra. Sheila Delhumeau Rivera

CO-DIRECTOR:

Dr. Francisco Javier Arias Vargas

Ensenada, B. C.

Mayo del 2023

Agradecimientos

El logro del presente trabajo de tesis quiero agradecer, primeramente: **a Dios** por brindarme la sabiduría, entendimiento, la salud para lograr esta meta y ver realizado mis sueños.

A mi madre por su apoyo incondicional a realizar, por estar siempre conmigo en todo momento y por apoyarme en realizar mis objetivos.

A mi directora de tesis, la Dra. Sheila Delhumeau quien ha estado acompañándome durante la etapa del proyecto, guiándome con su confianza, conocimientos y experiencia para ir integrando cada parte del proyecto de investigación.

A mis sínodos la doctora Virginia G. Lopez Torres, Dra. Patricia Borboa, Dr. Francisco Arias Vargas y Dr. Manuel Alejandro Ibarra, por su tiempo y dedicación al leer mi trabajo y ser parte de la realización de este proyecto doctoral

A mi familia y amigos por sus consejos, apoyo y deseándote siempre lo mejor para realización del programa de posgrado.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo económico y las posibilidades de poder realizar la estructura y desarrollo del proyecto de investigación.

Constancia de aprobación



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES,
CAMPUS ENSENADA.

FCAYS
Facultad de Ciencias
Administrativas y
Sociales

“Estudio del comportamiento intraempresedor en medianas empresas del sector
Comercio del municipio de Ensenada, Baja California ”

TESIS

PARA CUBRIR LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE


Doctor en Ciencias Administrativas

PRESENTA

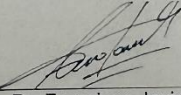
Leonardo Ramos López

00316239

A quien el Comité de Tesis autoriza el trabajo terminal y de acuerdo con el
Art. 19 del R.G.E.P.E.P, emite los siguientes votos aprobatorios mediante rubrica:

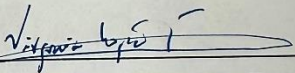


Dra. Sheila Delhumeau Rivera
DIRECTOR




Dr. Francisco Javier Arias Vargas
CODIRECTOR


Francisco
Javier Arias
Vargas, PhD.
Firmado digitalmente
por Francisco Javier
Arias Vargas, PhD.
Fecha: 2023.05.12
08:31:55 -0500



Dra. Virginia Guadalupe López-Torres
SECRETARIO



Dra. Edith Patricia Borboa Álvarez
SINODAL



Dr. Manuel Alejandro Ibarra Cisneros
SINODAL
“Por la Realización Plena del Ser”

C.c.p.- Archivo
C.c.p.- Minutario

Índice

Contenido

Resumen	1
Introducción	2
Planteamiento del problema (Antecedentes que dan lugar al estudio)	2
Estudios previos.	4
Definición del problema de la investigación	8
Preguntas de investigación	11
Objetivo general	12
Objetivos Específicos	12
Justificación	12
Capítulo II Marco de Referencia	15
2.1 Marco Contextual	15
2.2 Marco Teórico	25
2.1.2 Emprendimiento	25
2.2.1 Antecedentes, conceptualización y características del intraemprendimiento.	31
Innovación	44
Proactividad	46
Reconocimiento de Oportunidades	47
Trabajo en redes	47
2.2.2.4 Teoría del comportamiento planificado.	54
2.2.4 Factores Organizacionales Internos.	66
2.2.4.1 Soporte de administración.	67
2.2.4.2 Autonomía.	69
2.2.4.3 Límites Organizacionales.	72
2.2.4.4 Recompensas.	74
2.2.4.5 Disponibilidad de tiempo.	76
2.2.4.6 Comunicación	78
2.2.4.7 Características Individuales.	79
2.2.5 Factores Organizacionales Externos.	80

2.2.5.1 Munificencia.	81
2.2.5.2 Hostilidad.	82
Capítulo III	85
Metodología	85
3.1 Enfoque y Características del Estudio.	85
Diseño y alcance de la investigación	85
3.2 Descripción de unidad de análisis.	86
3.3 Población, muestra y Marco muestral.	87
3.4 Descripción de instrumentos aplicados para la investigación.	90
Capítulo IV	94
Resultados de la Investigación	94
4.1 Descripción de la Muestra	96
Variables de control	101
4.2 Análisis previo de los datos (Muestra recabada)	104
4.3 Modelización de PLS	104
4.3.2 Validación del Modelo de Medida	104
4.3.2.1 Confiabilidad del Indicador	105
4.3.2.2 Fiabilidad Interna	105
4.3.3 Validez Convergente	105
4.3.4 Validez Discriminante	105
Carga cruzada	105
4.4 Evaluación del modelo estructural.	106
4.4.1 Coeficiente de determinación (R ²)	106
4.4.2 Tamaño del Efecto (f ²)	106
4.5 Modelo del Ajuste	106
4.6 Modelo comportamiento intraemprendedor (Primer Orden)	107
4.6.1 Validación del modelo de Medida (Primer Orden)	108
4.6.2 Validez Discriminante	113
4.6.3 Evaluación del modelo estructural (Calculo Bootstrapping)	117
4.7 Segundo Orden	121
4.7.1 Modelo Inicial Segundo Orden	121
4.7.2 Evaluación del Modelo Segundo Orden	122
4.7.3 Evaluación del modelo formativo	124

4.7.6 Evaluación del Modelo Estructural	126
4.7.7. Evaluación del Modelo Global	127
4.7.8 Evaluación del Modelo Exacto	128
Capítulo V	129
Discusiones y conclusiones	129
5.2 Discusiones	130
5.3 Conclusiones	142
5.4 Limitaciones	145
5.5 Implicaciones prácticas	146
5.6 Futuras líneas de investigación	147
Referencias	147
Anexos	162
Operacionalización de las variables	167

Índice de tablas

Tabla 1. Estratificación de las Empresas	19
Tabla 2. Características específicas del municipio de Ensenada 2020.	23
Tabla 3. Principales Corrientes sobre el emprendimiento	29
Tabla 4. Definiciones de Emprendimiento	29
Tabla 5. Conceptualización del intraemprendimiento: aportaciones	36
Tabla 6. Definición de emprendimiento corporativo.	42
Tabla 7. Soporte de administración	68
Tabla 8. Estudios Empíricos sobre Autonomía	70
Tabla 9. Estudios Empíricos sobre estructura organizacional	73
Tabla 10. Recompensas	75
Tabla 12. Estudios Empíricos de la Disponibilidad de tiempo	76
Tabla 13. Estratificación de las Empresas	88
Tabla 14. Escalas de medidas para esta investigación	92
Tabla 15. Diferencias entre CBS-SEM Y PLS SEM	94
Tabla 16. Género	96
Tabla 17. Edad	97
Tabla 18. Ingreso mensual	97
Tabla 19. Sector de la empresa.	98
Tabla 20. Años de la Empresa	99
Tabla 21. Puesto en la empresa	99
Tabla 22. Escolaridad	100
Tabla 23. Anova variables de control	101
Tabla 24. Fiabilidad y validez del constructo	108
Tabla 25. Criterio de Fornell- Larcker	112
Tabla 26. Cargas cruzadas	113
Tabla 27. Heterotrait - Monotrait Ratio (HTMT)	115
Tabla 28. Comprobación de hipótesis de la investigación (Coeficientes Path)	117
Tabla 29. R ²	126
Tabla 31. Q ²	118
Tabla 32. Ajuste estimado	119

Tabla 33. Modelo Exacto	119
Tabla 34. Fiabilidad de segundo orden	121
Tabla 35 Evaluación del Modelo segundo Orden	121
Tabla 36. Validez Discriminante Fornel Larker	122
Tabla 37. HTMT segundo orden	122
Tabla 38 Cargas	123
Tabla 39. Evaluación del Modelo Formativo segundo orden	123
Tabla 40. Cargas segundo orden formativo	124
Tabla 41. Pesos (Boostraping) formativo	124
Tabla 42. Coeficiente Path segundo orden	125
Tabla 43. R2 segundo orden	126
Tabla 44. F2 segundo orden	126
Tabla 45. Q2 segundo orden	126
Tabla 46. Ajuste Aproximado segundo orden	126
Tabla 43. Modelo Exacto segundo orden	127

Índice de figuras

1.	Figura 1. Relación del entorno institucional y el emprendimiento corporativo.	52
2.	FIGURA 2. Modelo de la teoría del comportamiento planificado	55
3.	FIGURA 3. Modelo de Guth y Ginsberg (1990)	57
4.	FIGURA 4. Modelo de Covin y Slevin (1991)	58
5.	FIGURA 5. Modelo de Antonic y Hisrich (2001).	60
6.	FIGURA 6. Modelo Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby (2005).	61
7.	FIGURA 7. Modelo Alpkán, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010).	62
8.	FIGURA 9. Modelo como marco de referencia del Intraemprendimiento	64
9.	Figura 10. Modelo Intraemprendedor sector Comercio, Municipio Ensenada	65
10.	Figura 11 Modelo Ex ante.	83
11.	Figura 12. Modelo del comportamiento intraemprendedor Primer Orden	107
12.	Figura 13. Modelo intraemprendimiento Segundo Orden	120
13.	FIGURA 13. Modelo Intraemprendimiento Segundo Orden	125

Resumen

En México el emprendimiento en la última década ha sido tema de investigación abordado por investigadores desde diferentes perspectivas, partiendo de ello surge el emprendimiento en las organizaciones denominado Intraemprendimiento o Emprendimiento corporativo considerado como acciones claves que contribuyen a generar crecimiento económico. En donde las organizaciones deben desarrollar renovaciones estratégicas, innovaciones, desarrollo de nuevos productos, atender las necesidades del mercado competitivo, por ello el objetivo de la investigación fue evaluar la influencia de los factores organizacionales Externos, internos y las características individuales sobre el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California. Primeramente se realizó una investigación de los modelos que representan al intraemprendimiento para integrar un modelo que se implemente específicamente en el sector seleccionado, se hizo la adecuación del instrumento al contexto, evaluación por expertos y prueba piloto validado el cual pudo aplicarse a una muestra de 333 Gerentes, encargados de áreas y administrativos del sector comercio de Ensenada, el análisis aplicado para el tratamiento de los datos descriptivos, seguido del método de ecuaciones estructurales por mínimo cuadrados parciales del programa SmartPLS y poder obtener resultados que se concluye que las dimensiones que explican el comportamiento intraemprendedor son Límites Organizacionales, Capacidades propias y Relación con la organización en donde recae la importancia en este sector evaluar y tomar acciones que contribuyan a renovar su modelo tradicional para generar acciones de intraemprendimiento que verán reflejados en su rendimiento y crecimiento financiero.

Palabras clave: Intraemprendimiento, Emprendimiento Corporativo, Factores Organizacionales externos, Factores organizacionales internos y Características individuales.

Introducción

El comportamiento intraempresarial de los empleados dentro de las organizaciones juega un papel muy importante en el mercado competitivo, cambiante y globalizado que se vive, en donde hoy en día ha sido considerado un tema de gran importancia para estudio ya que busca entender el fenómeno del emprendimiento corporativo dentro de las empresas que busca a través de la renovación estratégica, innovación y gestión de recursos para que el recurso humano pueda ejercer dichas acciones de emprendimiento.

Asimismo el entorno económico, político, ambiental y la situación actual de México con referencia a las medianas empresas viven presentan cambios constantes buscando así transitar de su modelo tradicional a un modelo moderno buscando nuevas oportunidades orientadas a la búsqueda de generación de nuevas propuestas de valor favoreciendo a la organización a través de sus empleados su crecimiento y rendimiento empresarial por ello están obligadas adaptarse a los nuevos cambios a través de las renovaciones, innovación de procesos, transformaciones de productos o servicios con el fin de asegurar crecimiento o permanencia en el mercado.

En este sentido asegura Kuratko (2010) que ante el contexto que se esté viviendo, se da la importancia al intraemprendimiento como un factor positivo para lograr el crecimiento y permanencia en el mercado. Otros autores coinciden en la importancia de fijar estrategias en el rendimiento o desempeño financiero de la organización (Covin, Slevin(1990), Kearney et al., 2013).

Planteamiento del problema (Antecedentes que dan lugar al estudio)

El término emprendedor en las últimas décadas ha sido tema de investigación en diferentes contextos, áreas a nivel nacional e internacional con la finalidad de comprender la actividad emprendedora, ya que hoy en día es considerado como el principal generador de desarrollo económico en cualquier país o región, donde se

parte desde la acción de generar una idea, la creación y la puesta en marcha de negocios a través la implementación de la innovación y desarrollo estratégico.

En ese contexto, las organizaciones han considerado el innovar dentro de su estructura para seguir sobreviviendo en el entorno de mercado competitivo que hoy en día se vive, en donde realizan la búsqueda de la implementación de nuevas estrategias de renovaciones, buscando actualizar la variedad de sus productos dejando a un lado su modelo tradicional y buscando así implementar una propuesta de valor diferente al mercado una imagen innovadora dando lugar a nuevas oportunidades para cumplir las necesidades de sus consumidores donde estos cambios que viven las organizaciones es considerado como comportamiento intraemprendedor.

El término intraemprendedor indica las oportunidades con que los empleados de una organización cuentan para llevar acciones de emprendimiento en beneficio de la misma, sin importar la estructura, tamaño o las condiciones de apoyo, es llevar a cabo ideas innovadoras en crear o desarrollar productos nuevos o estrategias competitivas (Antoncic y Hisrich, 2011).

Para Trujillo y Guzmán (2008), Antoncic y Hisrich (2003) definen al emprendimiento corporativo como aquellas actividades que se realizan en el interior de las organizaciones. Así mismo se considera la creación de nuevos proyectos, desarrollo de innovaciones, el apoyo de las ideas innovadoras dentro de la misma empresa (Varela e Irizar, 2009).

Kearney, Hisrich y Antonic (2013) definen al intraemprendimiento como la acción que se realiza dentro de las organizaciones en donde los empleados encuentran nuevas oportunidades para realizar actos de emprendimiento que implican riesgos a través de la renovación, innovación y la proactividad.

Es decir, para las organizaciones seguir con un modelo tradicional de operaciones les genera un estancamiento en el mercado por falta de una visión y crecimiento empresarial al no atender las necesidades del mercado, y por el contrario a través del aprovechamiento de los recursos y de los empleados contribuye a generar la

acción del comportamiento intraemprendedor, con nuevos productos, mejorando servicios, renovando estrategias que contribuyan a una diferenciación (Antoncic y Hisrich 2001).

En este sentido, el emprendimiento corporativo dentro de las organizaciones fomenta y desarrolla actitudes emprendedoras en los empleados a través de la incorporación de actividades dentro y fuera de la empresa, brindando apoyo a la generación de iniciativas propias, ideas innovadoras para darle sentido económico.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son un actor importante dentro del estudio del comportamiento intraemprendedor ya que se ven afectadas hoy en día por los distintos cambios en el contexto, económico, político o social por ello la importancia de su adaptación del entorno es fundamental para su permanencia ya que en su mayoría buscan implementar nuevos procesos, innovación, transformación de nuevas ideas dentro de la empresa a través del apoyo y el desarrollo de la creatividad buscando generar ideas competitivas en el mercado.

Las pymes en México son tomadas como un factor de relevancia ya que son consideradas como generadoras de empleo y promotoras en la economía a través del emprendimiento de una idea de negocios en donde abarcan zonas que no son atendidas por los grandes comercios y servicios que aunados a esto impulsan la economía de la región (Velázquez et al, 2016).

En el estudio del emprendimiento corporativo se han encontrado los siguientes estudios previos, revisados con el fin de mostrar la aplicación en diferentes contextos, que ciertamente tienen una gran aportación a la investigación científica por las diversas metodologías y perspectivas de su aplicación, siendo así información relevante para retomar futuras líneas de investigación.

Estudios previos.

Cabana, Narea y Orrego (2018), realizan sus estudios denominado factores determinantes de la conducta intraemprendedora en pequeñas y medianas empresas de la región de Coquimbo en Chile, enfatizando aspectos como el apoyo a la dirección, autonomía, recompensas, tiempo disponible e incertidumbre para el

desarrollo organizacional en este sentido si contribuyen para realizar el comportamiento intraempresarial.

Así mismo, muestran resultados significativos de relaciones causales con las variables determinadas, en donde los aportes relevantes de la investigación resultaron, la dirección, autonomía, recompensas asociadas directamente a los resultados logrados y a la incertidumbre en el puesto de trabajo. Seguido la variable mediadora está en los factores de organización y conducta de los trabajadores en empresas privadas, es decir si un trabajador se identifica con la empresa asumirá riesgos y generará ideas de negocios que impacten positivamente en la organización.

Seguido sus resultados muestran al menos 4 de cada 10 trabajadores ha generado acciones de iniciativas innovadora en beneficio del proceso de la empresa, mientras mayor sea la identificación de los trabajadores con la empresa mayor será la conducta intraempresarial en el puesto que se desempeñen impactando positivamente en la productividad de la organización. La identificación organizacional se ve afectada de forma significativa por el apoyo a la dirección, la autonomía de la fuerza laboral y el uso de recompensas, mientras que es afectada de forma negativa por la incertidumbre de los propios colaboradores. Mientras que el tiempo disponible no influye significativamente la identificación del trabajador con su empresa.

Galván y Sánchez (2019), realizaron el estudio el estudio de los factores organizacionales con el fin de analizar la relación de los elementos identificados en el entorno interno de la empresa y su nivel de intraempresarial. En este estudio se encuestó a 144 empleados del rango medio del sector en Ciudad Victoria Tamaulipas, a través del método de ecuaciones estructurales. Los resultados obtenidos muestran un impacto significativo positivo en las variables de soporte a la administración, disponibilidad de tiempo, recompensas otorgadas en los empleados con relación al intraempresarial; es decir que estos factores internos se realizan y se promueven dentro de la organización con la finalidad de motivar a los empleados a desarrollar y proponer la idea de emprendimiento.

Así mismo otro estudio realizado en el sector de las pymes en ciudad Victoria, Tamaulipas para comprender la cultura emprendimiento y su rendimiento organizacional los resultados muestran que la compensación, el trabajo en equipo y autonomía son las dimensiones del intraemprendimiento afectan positivamente al desempeño organizacional, implicando que este tipo de empresas que fomentan en su organización el trabajo en equipo, un sistema de compensaciones adecuados y la intendencia en las actividades de los empleados, que impactan en una mejor capacidad de satisfacer a sus clientes y adaptarse a sus necesidades (Sánchez, Sánchez y Galván, 2019).

Por otra parte, en los hallazgos encontrados en la investigación realizada en las pymes del sector turístico en Colombia a través de sus estudios de regresión lineal muestran que la autonomía y trabajo en equipo afectan de manera positivamente al desempeño organizacional mientras que la política empresarial, sentido financiero, optimización, cultura intraemprendedora y alianzas estratégicas se tiene una mayor percepción del término intraemprendedor; es decir, hay un mayor conocimiento empresarial (González, 2018).

El estudio realizado en la ciudad de Barranquilla, Colombia, con el fin de caracterizar cómo se encuentra el emprendimiento corporativo en el sector de radiodifusión Sonora, donde se aplicó un instrumento a 60 empleados de seis organizaciones radiales, presentó resultados con niveles inferiores de riesgo, incertidumbre, innovación y pro actividad; es decir, ciertamente en este sector dichas variables no son consideradas significativas dentro de este sector, por lo que se puede encontrar un área de oportunidad para que este sector pueda trabajar en implementar estos aspectos organizacionales para hacer frente al mercado competitivo que hoy en día viven las empresas (Hernández, Naranjo, Herrera y Ramírez, 2018).

Por otra parte, el estudio realizado en Colombia a trabajadores del sector terciario de las grandes empresas en empleados de 1 a 5 años de experiencia con una muestra representativa de 80 trabajadores con el fin de determinar la percepción del comportamiento intraemprendedor e identificar las capacidades con las que cuentan para generar ideas o innovaciones y procesos dentro de la organización,

se puede observar que las variables como apoyo de la dirección, libertad de trabajo, recompensas, tiempo disponible e incertidumbre se encuentran por debajo de lo esperado, es decir la organización debe buscar estrategias para disminuir la insatisfacción en los empleados (García, 2017).

Briceño (2016) determina la relación de la cultura emprendedora en la innovación de la micro y pequeñas empresas de calzado, en México, un estudio experimental de corte transversal cuya población fue de 10 y 5 trabajadores de cada microempresa, los resultados fueron que se tiene implementado medianamente la autonomía, desempeño, tolerancia y riesgo, mientras el 71% muestra que solo son innovadores, eso muestra que a pesar del tamaño de la empresa se puede determinar que practican la cultura intraemprendimiento para el rendimiento de la empresa.

La investigación realizada enfocada a género de los directivos y su cultura intraemprendimiento, con una muestra de 600 pymes en la región de Murcia, de las cuales 544 son gestionadas por hombres y 56 por mujeres, cuyos resultados muestran que el género si tiene un efecto sobre el rendimiento y especialmente cuando la empresa es liderada por un hombre si tiene un mayor crecimiento, es decir que impacta positivamente las variables de autonomía, riesgo, trabajo en equipo, compensación y soporte a la gerencia son significativos (Solarte, Iema y Guijarro, 2015).

Los estudios realizados por Gálvez y García (2011) en su investigación para comprender el impacto de la cultura emprendedora en el rendimiento de las MIPYMES del sector turístico de Colombia, específicamente en hoteles, agencias de viajes y restaurantes a empleados directivos, mostraron como resultado que el apoyo a la gerencia, incentivos, desempeño laboral y la flexibilidad laboral son los menos implementados en este sector, en donde sugieren que si implementar y tener más conocimiento dicho término impactarían de manera significativa a sus trabajadores.

En esta revisión del estado del arte se observa que el emprendimiento corporativo busca en los empleados enfocarse en una visión estratégica, con mejores prácticas.

Por tal motivo, las organizaciones deben incentivar y motivar a sus empleados con el fin de crear nuevas ideas de negocios y mejorar el entorno en el que se desarrollan, ya que es habitual encontrar la pérdida de empleados con mentalidad emprendedora por la falta de adaptación y la tendencia del mercado global y competitivo que se vive o la desvalorización por sugerencias de proyectos presentados los integrantes de la organización.

La apertura hacia nuevas oportunidades es una de las dimensiones de la actividad intraemprendedora que se resalta a partir de esta revisión; este comportamiento estratégico permite generar nuevos negocios dentro de la misma organización que procuran facilitar, en lugar de bloquear o controlar en exceso, las prácticas del aprendizaje entre sus colaboradores, generando mayor oportunidad de alcanzar sus metas. Los intraemprendedores tienen una visión creativa e innovadora como cualquier emprendedor, la diferencia radica en que aplican sus propuestas en la compañía donde laboran.

El intraemprendedor debe ser tomado como base para las actividades que funcionan dentro de los límites de una organización y su participación abarca en los productos, servicios, tecnologías, normatividad, orientaciones estructura y operaciones tienen proyecciones en nuevas direcciones. La dimensión de innovación en productos y servicios, la cual busca la creación y desarrollo de nuevos productos. La dimensión innovación en los procesos, se refiere a innovar en procesos de producción y técnicas. En la dimensión de actualización se reformula la estrategia y reorganiza el cambio organizacional. La dimensión de asumir riesgos radica en la posibilidad de pérdidas, mediante decisiones que comprometen los recursos al buscar nuevas oportunidades (Antoncic y Hisrich, 2003).

Definición del problema de la investigación

Partiendo del estudio realizado por Niessen, Caniëls, Vos, y Jong (2019) donde reconocen la importancia de los factores organizacionales para el comportamiento intraemprendedor, dentro de sus resultados y revisión muestran la falta de información y visión general referente a las características individuales de los empleados, en tal sentido proponen investigar y evaluar en futuras líneas de

investigación los factores individuales de los empleados a través de un estudio multinivel abordando nuevas dimensiones que integran en sus resultados la innovación, reconocimiento, características, oportunidades, creación de redes internas, habilidades, percepciones, capacidades, habilidades e intenciones determinantes del comportamiento intraemprendedor profundizando con el fin de mostrar evidencia y realizar aportación científica del sector donde se pretenda aplicar dicho estudio.

Por otra parte, Blanka (2019) en su perspectiva individual del intraemprendimiento menciona que las organizaciones desarrollan un papel importante en materia de innovación y ventaja competitiva, por lo cual propone dentro de sus resultados los vacíos para las futuras líneas de investigación en profundizar en los factores individuales de los empleados, mejorar y perfeccionar las escalas de medición. Además, propone investigar de igual forma los factores organizacionales externos ya que estos influyen para el comportamiento intraemprendedor así mismo dichos factores nacionales, medio ambiente, la cultura, rivalidad son rasgos externos que pueden contribuir positivamente o inhibir actos intraemprendimiento, permitiendo a través de estos estudios una visión de las actividades del intraemprendimiento y su impacto en el rendimiento de la organización (Blanka, 2019).

Seguido Galván y Sánchez (2019) en su estudio de los factores organizacionales relacionados con el comportamiento intraemprendedor, hacen hincapié a los factores organizacionales internos que coadyuvan a promover estas conductas, cuyos estudios fueron mediante análisis multivalente de correlación y regresión lineal múltiple. Los autores sugieren un impacto positivo y significativo del soporte administrativo y la disponibilidad de tiempo en el intraemprendimiento. Dentro de los hallazgos encontrados las variables como recompensas otorgadas a los empleados se encuentran en ese sector moderadamente. Realizando reflexión y en consideración de mejores prácticas llegar el intraemprendimiento en formar nuestros constructos para llevar interpretaciones en otras perspectivas inmersas en la dinámica comercial, con el fin de evaluar el fenómeno a partir de estudios en empresas innovadoras en México. Y el proponer nuevas prácticas que contribuyan a implementarse en los sectores más tradicionalistas.

Asimismo Cabana, Narea y Orrego (2018) en un estudio sobre los factores determinantes de la conducta intraemprendedora en pequeñas y medianas empresas de Chile, refieren a un contraste del contexto de acuerdo a su resultados encontrados, como lo es apoyo a la dirección, autonomía, recompensas, tiempo disponible e incertidumbre con el fin de comprobar si en otro contexto resultan pertinentes ratificando la contribución operativa y estratégica para la identificación organizacional y de la fuerza laboral que estimula asumir riesgos y aportar con innovación interna interviniendo en los nuevos negocios para la empresa logrando resultados favorables, rentables y sostenibles.

En este sentido, dentro del estudio del comportamiento intraemprendedor se involucran variables como la innovación, apoyo por parte del liderazgo y la proactividad que son determinantes para influir a realizar dichas acciones a través de la generación de ideas innovadoras, apoyos al personal, invitar a los empleados a tomar mejores prácticas dentro de la organización (Staub, Nart y Dayan, 2019).

Si bien es cierto el contexto estudiado del emprendimiento corporativo propicia a que los empleados puedan generar proyectos a través de ideas innovadoras de alto valor estratégico para las organizaciones en donde se ve reflejado gracias al apoyo de la organización al implementar mejores prácticas, procesos e implementación de innovación y la generación de nuevas oportunidades.

En tal sentido, este vacío abre la oportunidad de generar nuevas líneas de investigación sobre elementos claves para las prácticas modernas de gestión para estimular el papel de los emprendedores al interior de las organizaciones y crear valor organizacional. Se hace hincapié en la estrategia, estructura y cultura como los pilares que deben tener las empresas para fomentar el intraemprendimiento, seguido de los factores individuales, competencias, comportamientos y la función del emprendedor corporativo (Bedoya, Toro y Arango, 2017).

Así mismo los factores externos de las organizaciones como regulaciones, políticas gubernamentales, trabajo colaborativo con comunidades que afectan al emprendimiento corporativo, y su relación con los resultados de procesos de innovación para lograr ventaja competitiva.

Dentro de los vacíos existentes definir el perfil que debe cumplir la empresa para que el emprendimiento corporativo se pueda adoptar de manera exitosa, la figura del emprendedor corporativo aportando literatura completa en relación al comportamiento organizacional, roles, actitudes y competencias que debe tener este tipo de personas dentro de la estrategia organizacional.

De acuerdo a la revisión referente al problema de investigación, ciertamente la figura del intraemprendedor juega un papel muy importante en la economía del cualquier empresa y país, en este sentido se ve representado que en México no existen estudios que muestren información relevante sobre el comportamiento intraemprendedor por ello recae la importancia de estudiar dicho termino en el sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California.

Preguntas de investigación

En diversos estudios existentes que se mencionaron con anterioridad en donde tratan de explicar el emprendimiento corporativo o intraemprendimiento en las organizaciones a través de distintos análisis y contextos con el fin de dar claridad a dichas variables y su influencia para contribuir o limitar el intraemprendimiento dentro de las empresas, partiendo de esto la presente investigación busca explicar el fenómeno de los factores del comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California con el fin llegar e identificar vacíos descritos con anterioridad.

¿Cuáles son los principales factores organizacionales internos que influyen en el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California?

¿Cuáles son los principales factores externos que influyen en el desarrollo del comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California?

¿Cuáles características individuales que influyen en el desarrollo del comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California?

Objetivo general

Analizar la influencia de los factores organizacionales internos, externos y las características individuales sobre el comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California.

Objetivos Específicos

1. Evaluar si las variables organizacionales internas facilitan el desarrollo del comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California.
2. Evaluar si las variables externas facilitan al desarrollo del comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California.
3. Evaluar las características individuales de los empleados en relación al comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del Municipio de Ensenada, Baja California.

Justificación

La justificación de la presente tesis doctoral es mostrar evidencia significativa acerca del comportamiento intraempresarial en las pequeñas y medianas empresas del sector comercio, en donde de acuerdo a la revisión de la literatura recae la importancia de estudiar dicho fenómeno con el fin de dar explicación a las variables de cómo inciden dentro de las organizaciones.

El dinamismo comercial que se vive en el mercado actual ha provocado e impulsado a las organizaciones en desarrollar cambios de renovación en sus procesos, desarrollo de nuevos productos, reestructuración organizacional, implementación de tecnología lo que ha creado en sus dueños y directivos comportamiento intraempresarial con la formulación y desarrollo de estrategias con el fin de generar consolidación y competitividad en el mercado globalizado.

Como mencionan Rangel, Navarro y Márquez (2020), la importancia radica en contribuir en adopciones dentro de las organizaciones con el fin de fomentar emprendimientos como un factor clave que promueva de manera interna y se allane el cambio para el compromiso de los dueños y colaboradores la posibilidad que sus empleados sean capaces de generar un cambio interno que permita el crecimiento.

Antoncic y Hisrich (2001) mencionan el intraemprendimiento es un elemento fundamental para el desarrollo económico y organizacional, sin importar el tamaño de la empresa en que la se implementa, por tal sentido las grandes empresas que al tener una estructura eficiente, adecuada y fundamentada tienen la facilidad para comprometer y apoyar a sus trabajadores en cuestiones de mejorar. El intraemprendimiento se considera de gran importancia porque impulsa en las áreas de desempeño y económicamente en los niveles de productividad de la empresa (Trujillo y Guzmán, 2009).

Es así como recae el vacío existente para realizar dicha investigación en el sector comercio con el fin de identificar el comportamiento intraemprendedor en estas empresas ya que como se menciona las pymes juegan un papel importante dentro de la economía y desarrollo económico del país, se comprobó la limitada exploración del sector comercio en México donde se mostraron a través de las diversas fuentes confiables como lo son Scopus, Ebsco, Emerald, Springer en donde se recopilaron diversos artículos correspondientes a autores de Estados América, España, Brasil que contribuyeron a dar sustento a dicha investigación.

Siendo así como Zahra (1991) menciona en sus estudios del comportamiento innovador y del intraemprendedor podrían ser temas de tendencia de gestión, comparativo, contraste de las teorías existen en este sentido se busca realizar explicar a través de las variables el comportamiento intraemprendedor en este sector contribuyendo en nuevos aportes en México.

Es ahí la importancia de referencia el fortalecimiento medianas empresas en su participación en los distintos sectores económicos como el comportamiento intraemprendedor que coadyuvan al desarrollo y crecimiento económico de la

región. Sánchez (2009) argumenta que la intención emprendedora y la tasa de creación de nuevas empresas son consecuencia de la falta de oportunidades en el entorno y no del aprovechamiento de las mismas.

De acuerdo a Cabrera, Martínez y Duepeyron (2019), en su estudio muestra que INEGI (2014), reportó que México existen 4.2 millones de unidades económicas, donde el 99.8% son consideradas pequeñas y medianas empresas (Pymes) siendo así la columna vertebral de la economía mexicana, ya que generan el 52% del producto interno bruto (PIB) y el 72% de empleos en el país.

Otro aporte de esta investigación es su propuesta a un nuevo modelo del comportamiento intraemprendedor en el sector comercio a partir del caso empírico del municipio de Ensenada, Baja California, el cual identifica y explica la influencia de las variables significativas del intraemprendimiento que son implementadas por los directivos y empresarios para generar las acciones emprendedoras, teniendo una noción del entorno de la organización.

Por último, la aportación social al sector es poder identificar las mejores prácticas organizacionales para que desarrollen acciones de intraemprendimiento, que permitan realizar innovaciones, renovación de productos, desarrollo de nuevos proyectos a través de la motivación de incentivos, capacitaciones para la generación de ideas innovadoras y así mismo identificar como un factor clave en el desempeño y crecimiento de las empresas los empleados de mandos medios, directivos, coordinadores que contribuyen a que las empresas generen el rendimiento competitivo y financiero en el mercado.

Capítulo II Marco de Referencia

2.1 Marco Contextual

2.1.1 Introducción

Uno de los principales problemas económicos que enfrenta México es la falta de crecimiento y la generación de empleos, lo cual permite resaltar la importancia que

tienen las pymes ya que representan una aportación relevante en la recaudación fiscal y contribuyen con el 58% de la misma y una participación del 38% al PIB, además de ser una fuente importante para la generación de empleos, sin embargo el 80% de las empresas consideradas como Pymes que dejan de operar al año de haberse establecido (González,2018).

En México el tema de emprendimiento puede tomarse como un factor clave para el desarrollo económico del país, en donde las condiciones del entorno no favorecen positivamente como lo es el financiamiento, falta de información y políticas públicas inciden en la actividad de generación de ideas de negocios en donde la mayoría de los emprendedores son las situaciones a las que se enfrentan al momento de iniciar con su emprendimiento *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2016-2017)*.

Es por ello que las organizaciones, las gerencias y administradores deben buscar la participación del fenómeno intraemprendedor con el fin de formular planeaciones y estrategias que faciliten el crecimiento de la empresa. A través de los diversos estudios que se muestran en la presente revisión de la literatura se ve un panorama y de la importancia de la renovación empresarial.

En este sentido el tema seleccionado del comportamiento intraemprendedor (IE) o emprendimiento corporativo (EC) es término de actualidad y relevante a nivel mundial, ya que busca dentro de cualquier organización la renovación interna o en su caso la aplicación y desarrollo de una idea de negocio a través de sus empleados independientemente de la empresa actual creando así la vinculación adecuada a través de la dotación de recursos, herramientas para la creación de dicha empresa.

Ante este panorama actual las pymes son promotoras de la economía en México por ello es indispensable que identifiquen la importancia de las estrategias de renovación para la supervivencia en el mercado competitivo y cambiante. Es decir que dentro de las pymes deben trabajar en capacitar e involucrar a los empleados dentro para desarrollar acciones de intraemprendimiento, esto contribuirá a que las personas puedan llevar emprendimientos dentro de la misma, que buscará siempre

a mejorar los niveles de competitividad, seguridad y estabilidad en los empleados al sentir parte de la organización.

Es así como el papel importante de recursos humanos o emprendedores corporativos generan un valor de importancia para la empresa, ya que buscarán la implementación de la innovación de procesos, estrategias corporativas e iniciativas de emprendimiento dentro y fuera de la organización.

2.1.2 Las Pymes en México.

Las Pymes en México son consideradas como generadoras y promotoras del desarrollo económico, ya que en su mayoría son micro, pequeñas y medianas empresas su importancia y aportación radica en que el 99.8% son unidades económicas de lo ya mencionado, en donde aportan el 42% del producto interno bruto, y son las responsables de generar el 78% de empleos en el país (Forbes, 2018).

Así mismo menciona (Prats, Cornelio y Franco, 2019), citado por el informe Doing Business (2016), la realidad en México es que la burocracia es lenta y demasiada prolongada se necesita un promedio de ocho trámites que toman 14.6 días y suponen un desembolso de 11.4% de ingreso per cápita. Por lo que de acorde con el Reporte global de competitividad (GCR por sus siglas en inglés) México ha pasado del lugar 53 en 2013 al lugar 51 en 2018, lo que indica que el país ha progresado, pero sin embargo lo ha hecho a un ritmo lento en comparación de otros países. Se le atañe la reducción de la puntuación a la eficiencia gubernamental, así como a las instituciones privadas empeorando con deterioro en ética corporativa y responsabilidad (Schwab, 2017).

Como se menciona las pymes cuentan con un gran potencial para mejorar su modelo tradicional a un modelo económico que contribuya a generar un crecimiento considerable en su economía y mercado, pero para ello deben fomentar las acciones de emprendimiento corporativo en donde beneficiaran a su estructura

organizacional interna y externa en donde actualmente se viven eventos muy dinámicos y constantes.

La economía en el país está conformada en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas, la importancia de las empresas de este tipo radica en que el 99.8% de las unidades económicas en México son de este tipo, las cuales aportan 42% del Producto Interno Bruto y son las responsables de generar el 78% del empleo en el país (Forbes, 2018).

De acuerdo con el censo económico del 2019, menciona que se tenía 4.9 millones de establecimientos en el sector privado y para estatales en donde el 99.8% estaba integrado porque pequeñas y medianas empresas (INEGI, 2021a). de acuerdo a la información presentada, el desarrollo de nuevos establecimientos y autoempleos ha venido en crecimiento en los últimos años en donde México ocupa el tercer lugar en 2019 dentro de los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) por contar con una tasa del 31.9% de autoempleo en su población OCDE, 2020). Las actividades de las pequeñas y medianas empresas son importantes ya que representan el 90% en donde las empresas en general brindan el 70% del empleo total del mundo y contribuyen al producto interno bruto (PIB) considerando así el 50% países de la OCDE, y el otro 40% en las economías emergentes (Williamson et alii, 2021).

Los indicadores reportados por *Global Entrepreneurship Monitor* (2021), México cuenta con una disminución en el 2020 en las áreas de emprendimiento, los resultados recaen a la falta de las políticas gubernamentales por falta de apoyo y relevancia ocupando un lugar de 43 a 45 en economías dentro del GEM en donde aplican las áreas de impuestos y burocracia tuvo un 3.2 obteniendo el lugar número 33, en las áreas de programas de emprendimiento por el gobierno cayó de 4.4 en 2019 en 3.4 en 2020 ocupando la posición número 38, en el área de educación al emprendimiento en la escuela, se cuenta con una disminución de 3.1 en 2019 a 2.4 en 2020, ocupando el lugar 33º lugar entre las economías del GEM. a través de esta evaluación por expertos se puede determinar que son resultados negativos en donde el gobierno aun en tiempo de pandemia COVID-19 no respondió a mejorar la

economía de los empresarios y brindar herramientas, subsidios si no a través de estos bloqueos de políticas públicas disminuir la capacidad de las organizaciones, emprendedores en búsqueda de nuevas oportunidades (GEM, 2021).

Seguido por la asociación de emprendedores de México (ASEM) menciona que en México los emprendedores se encuentran estructurados por 61% hombres y 39% mujeres, en un estimado de edad de 26 a 35 años (35%), de 35 a 45 años (31%), de 46 a 55 años (18%), de 18 a 25 años y de 56 o más años (8%), así mismo las microempresas están representadas por el 88% y el 12% las pequeñas empresas, las actividades económicas que desarrollan los emprendedores son el área de consultoría y servicios con el /17%), al por menor de servicios y abarrotes (15%), tecnología (9%), área de mercadotecnia (9%), Gastronomía (8%), cultura y editorial (6%), educación (6%), salud (5%) y manufactura (5%) ante este panorama de sectores económicos se puede observar el crecimiento de los emprendedores que buscan atender las soluciones del mercado encontrando así la idea más rentable con la finalidad de mejorar su economía y brindar productos y servicios al entorno (ASEM, 2020).

Ante el panorama general de la situación del emprendimiento es favorecido y por ello un elemento importante para fomentar estas acciones son las medianas empresas al buscar el desarrollo e implementación a través de la renovación, innovación, desarrollo de nuevos procesos y estrategias que incentiven a sus empleados a generar acciones de emprendimiento interno con el fin de mejorar el entorno en el que se encuentran y así mismo generar competitividad contribuyendo al sector de la economía.

Las micro, pequeñas y medianas empresas, se encuentran legalmente constituidas, con base a la estratificación establecida por la secretaría de economía, publicada en el diario oficial de la federación (DOF) en el año 2002 donde de acuerdo a lo mencionado se estratifica de la siguiente manera.

Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (DOF, 2002).

Tabla 1. Estratificación de las Empresas

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario oficial de la federación 2002.

2.1.3 Características y Justificación del Objetivo de estudio.

El sector Comercio considera microempresa para aquella con menos de 10 empleados, pequeña la que cuenta entre 11 y 30 empleados, mediana para un número de 31 a 100 empleados. La caracterización de las Pymes se puede encontrar, servicios, manufacturera, comercio, construcción, minería etc., siendo el objeto de estudio de investigación únicamente las empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, contemplando aun el valle de san Quintín como parte del municipio, delimitado específicamente para la aplicación de la investigación de acuerdo sistema de clasificación industrial de América del Norte Comercio al por menor sector 46 (SCIAN, 2018).

De acuerdo al censo económico INEGI (2014), las actividades comerciales en México se clasifican siguiendo los criterios del sistema de clasificación industrial de América del Norte.

- 461 comercio al por menor de abarrotes, alimentos y bebidas
- 463 comercio al por menor de productos textiles, bisutería, vestir y calzado
- 465 comercio al por menor de artículos de papelería para el esparcimiento.
- 467 comercio al por menor de artículos de ferretería, tlapalería.
- 468 comercio al por menor de vehículos de motor, refacciones, combustibles (SICÁN, 2018).

En donde el comercio al por mayor comprende las unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin realizar la transformación) de bienes de capital, materias primas y suministros, y el comercio al por menor incluye a unidades

dedicadas a la compra-venta de bienes para el uso personal o para el hogar. Las características principales del comercio al por menor son:

- Atraer clientes por la ubicación y diseño del establecimiento
- Tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas.

Los establecimientos medianos están ubicados de (31 a 100 personas), representan 0.7% de las unidades económicas del Comercio, 12.0% del personal ocupado y 22.7% de las remuneraciones. En estas empresas, por su importancia en el personal ocupado total, se ubicó en primer lugar la rama de Abarrotes y alimentos al por mayor, que empleó 13.0% de personas, y desempeñaron su actividad en 12.3% de las unidades económicas, (INEGI, 2014).

Le siguió la rama de Tiendas de autoservicio al por menor, la cual registró 10.2% de las unidades económicas, con 11.6% personal ocupado total y 8.3% de los ingresos de este estrato de empresas, (INEGI 2014).

Si bien cierto que las Pymes constituyen un sector de importancia en la economía nacional de México, por sus aportaciones en la producción, distribución de servicios, cambio de procesos técnicos de acuerdo al dinamismo, crecimiento constante de pequeña a mediana y grande, adoptan e implementan nuevas tecnologías con el fin de mejorar su mercado, generación de empleos, contribuyendo al PIB, ciertamente contribuyen en gran medida al crecimiento económico para desarrollo regional y local.

Las pymes como parte del cambio a las nuevas tendencias, tecnologías, contextos que se viven en la economía actual deben de conociendo e identificando el término intraemprendedor con el fin de fomentar e impulsar sus empleados en la mayor participación de procesos, innovación estratégica, participación en conjunta y generar emprendimiento dentro de la empresa generando un crecimiento más rentable y un futuro próspero para las medianas empresas del municipio de Ensenada, Baja California.

2.1.4 Contextualización de las Pymes en Baja California

Baja California es un estado que se encuentra ubicado en el noroeste del país mexicano, identificado por sus montañas y playas del océano pacífico y el golfo de California, se encuentra constituido por cinco municipios Mexicali, Tijuana, Rosarito, Tecate y Ensenada, próximamente acordado y firmado en el 2020 San Quintín como sexto municipio, siendo así la capital de todos estos municipios Mexicali.

Este estado se ha caracterizado por tener relación con Estados Unidos, país vecino con quien realiza diferentes convenios en materia de comercio, por ello se puede decir que el estado se ha caracterizado por tener una economía en incremento que otras regiones, además de los diferentes programas que apoyan al área de emprendimiento tanto Universidades como instituciones públicas y privadas.

El censo económico INEGI (2019) muestra que la economía Estatal de Baja California que las pymes son las que sobresalen en el estado por las aportaciones que estas realizan al producto interno bruto y así como a la generación de empleos con el 25.1 de la población en donde cuentan de 1 a 10 empleados y son las que representan el 902.2 de la economía en el Estado.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2019 (INEGI) indica que Baja California cuenta con una extensión de 3.65 % del territorio nacional, una población aproximada de 3 729 225 habitantes que representa el 2.8 del total del país, distribución de población 92% urbana y 8% rural a nivel nacional, escolaridad 9.2 es el promedio nacional, sector de actividad que más aporta al Producto interno bruto (PIB) es el sector comercio, aportación del PIB nacional 2.8% (INEGI, 2019). El desempleo en el Estado de Baja California (INEGI.2019). A través de la Encuesta nacional de ocupación y empleo ENOE en su tercer trimestre la población desempleada se sitúa en 39,146 personas y la tasa de desocupación es de 2.2 de la población económicamente activa PEA, mientras que para el cuarto trimestre del 2019 la PEA de la entidad asciende a 1 766 564 personas que representan un 63% de la población de 15 años y más. De estas 1 727 418 se encuentran ocupadas, en consideración al tamaño de la unidad económica, los micro negocios registran el mayor número de empleos con un 35.1% del total en el ámbito no agropecuario ENOE (2019).

Las personas de acuerdo a su desempeño laboral. El 78% son subordinados y remunerados (tienen un patrón y reciben paga), 15.7% laboran por cuenta propia, 5.1% son empleados y el 7 el 1.2% corresponde a trabajadores no remunerados o no pagados. El personal ocupado en las empresas medianas se incrementó 5.5%, en el gobierno 2.3%, en los negocios grandes 2% y en los pequeños 0.6 por ciento (ENOE, 2019).

ENOE (2019), Seguimiento muestra que existen aproximadamente 8 mil 700 empresa y al igual que el sector servicios no financieros son considerado uno de los predominantes en el estado ya que muestra el 47.8% de todos los negocios en el estado, seguido del sector comercial con el 41.3 por ciento y por último el servicio industrial manufacturero con el 7.7%. Es decir, ante este panorama se puede observar que el sector comercio abarca gran parte de los establecimientos formales en el estado y son los que contribuyen al incremento de la economía.

Ibarra, González y Demuener (2017) citados por INEGI (2014) en Baja California existen un total de 8700 Pymes de las cuales 1000 son del sector manufacturero, donde Tijuana posee 527 pymes, seguido Mexicali 226 y Ensenada 149, los se dividen subsectores manufactureros en el estado productos de alimentos y bebidas, industria metálica básica y productos metálicos, en Ensenada predomina la industria textil seguido de la alimentaria.

Asimismo, CEMDI (2018) a través de sus resultados muestran que en su tercer trimestre Baja California presentó un avance de 2.0% en su indicador trimestral de actividades económicas, lo cual el ritmo creciente fue de 4.8 ubicándose en ese año como la quinta entidad en México con el mayor dinámicos en sus sectores de actividad económica.

Seguidos del total de establecimientos el 92.1% de 0 a 12 personas y las ramas de actividades que sobresalieron abarrotes y alimentos al por menor y preparación de alimentos y bebidas, del total de los ingresos el 37.2% se ubicó en establecimientos que ocuparon 251 y más personas y la actividad sobresaliente fue la fabricación de automóviles y camiones con participación del 26.2%.

Ciertamente Baja California tiene diversas áreas de oportunidad que se pudieran aprovechar para lograr el crecimiento que necesitan, existen tratados como el más reciente tratado México- Estados Unidos- Canadá (T-MEC) y en este sentido buscar cómo apoyar a las empresas para su aceleramiento y la recuperación económica.

2.1.5 Contextualización del municipio de Ensenada Baja California

Tabla 2. Características específicas del municipio de Ensenada 2020.

Indicadores	Características
Total Hombres	Se cuenta con 278,807 Hombres
Total Mujeres	Se cuenta con 278,623 Mujeres
Calidad de vida	En cuestión de pobreza y carencia de servicios públicos etc. se encuentra ubicada en un 33.50 % (2015)
Mercado laboral	Se encuentra dividida se cuenta con una población ocupada de 238,690 representa 96.60% población económicamente activa 247,097 la población desocupada asciende un total de 8,407 representa un 3.40%
Educación	Se encuentra dividida de la siguiente manera, en Educación básica se cuenta con 785 escuelas, media superior 783, educación superior 48.
Comercio y servicios	Las unidades económicas representan un total de 21,970 distribuidas en diversos sectores económicos.

Sector primario	En relación a agricultura: la superficie sembrada 34,558.46 superficie cosechada 29,88710, valor total de la producción \$11 159,966.27 pesos en lo que indica son cultivos de frutos rojos, tomate, pepino, calabaza, etc. En donde la ganadería: se encuentra carne de canal, ganado de pie y producción de leche y pesca se tiene una producción de 180,695.50
Seguridad	En este indicador se abarcan robos, lesiones, homicidios, delitos patrimoniales secuestros, violaciones y otros delitos se cuenta con un total de 238,690 delitos.
No. Específico sector comercio	1,033 pymes, (DENUE, 2020) .

Fuente: Elaboración propia en base a estudio por el centro metropolitano de información económica empresarial.

Ante el panorama presentado de las características demográficas y geográficas del contexto a estudiar se puede concluir en la importancia de las pymes cuentan con soporte y recursos básicos para desarrollar la competitividad empresarial a través de la planeación de estrategias como cultura empresarial, liderazgo, gestiones de innovación, reestructura organizacional, desarrollo de nuevos productos, identificación de capacitación, permitiendo alcanzar un crecimiento empresarial y fomentando intraemprendedoras que contribuyan positivamente a la organización.

2.2 Marco Teórico

2.1.2 Emprendimiento

El término de emprendimiento ha ido evolucionado con el paso del tiempo, hoy en día se puede definir que ser emprendedor es realizar una acción para cumplir sus metas y sueños considerando la incertidumbre y riesgos así mismo considerar el nivel de innovación, la creatividad y la pasión para la correcta planeación y ejecución dicha idea.

El emprendimiento es considerado como un factor detonante para el desarrollo de la economía y el desarrollo de cualquier región ya que busca la generación de empleos, la adopción de innovación y el crecimiento dentro de ella, por ello en los últimos años ha sido de diversos estudios que buscan entender las intenciones y las mejores prácticas para llevar a cabo las acciones desarrollar una idea de negocio.

La palabra emprendimiento en sus múltiples definiciones surge de los vocablos francés *entreprendre* y alemán *Unternehmen*, que significa emprender (Veeraraghavan, 2009). Este término de emprendedor es reconocido como aquella persona con las capacidades de asumir los riesgos, incertidumbre, busca beneficios propios, tiene la capacidad de trabajar en equipo o individualmente, es innovador y crea las oportunidades de una idea de negocio (Hisrich,1990; Bruneau y Machado,2006).

Veciana (1996) conceptualiza al emprendimiento como un fenómeno de creación de nuevas empresas a través de la generación de nuevas ideas de negocios y así como la creación de proyectos empresariales dentro de la empresa donde lo llama como (*Corporate entrepreneurship*).

Así mismo Vepsalainen y Pihkala (1999) definen al emprendimiento como la generación de una idea de negocio hasta su puesta en marcha en donde se requiere pasar por un proceso de inicio, crecimiento y madurez. Mientras que para otros

autores es definido como la implicación del descubrimiento de una idea de negocio mediante la evaluación y la explotación de oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000).

Seguido por Korunka, Frank, Lueger y Mugler (2003) quienes señalan el término emprendimiento es el proceso mediante el cual a través de una idea se crean nuevos negocios, en donde el emprendedor se enfrenta a diversas situaciones como lo es un contexto dinámico y el desarrollo de procesos encaminados a la preparación de la puesta en marcha. Así mismo Grundsten (2004) lo define como las acciones y procesos que se deben de realizar para la creación de una nueva empresa. Coinciden también el trabajo de Silva (2014) citado por Urban (2004) siendo el emprendedor como un determinante principal para la acción del emprendimiento ya que esta acción es del emprendedor quien lo crea.

Castro, Alberto y Saavedra hacen referencia a la cita por Pereira (2003) que el término entrepreneur apareció por primera vez en el texto "*Essai Sur la Nature du Commerce en general*" en donde dicho término era visto como una persona que compraba productos a precios bajos para venderlos en el mercado dichas acciones son asociadas al término emprendedor donde se contempla los elementos de los recursos y el riesgo.

Para el autor Wood (2005) el término se define desde su perspectiva como la acción que desea conseguir el individuo a través de su idea de negocio hasta conseguirla, es decir que la detección de oportunidades que lleven al emprendedor a realizar dicho pensamiento de crear su propio negocio y su puesta en marcha.

Enseguida García, Alvares y Reyna (2007) muestran quién fue el primero el mencionar el término emprendedor como generador de crecimiento económico fue Schumpeter (1934) y que desde entonces hasta la fecha de hoy el dicho concepto es conocido como el generador y desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito, es así como investigadores fundamentan la creación de nuevos negocios se reconocen o presentan la figura del emprendedor.

Para Bjerke (2007), el emprendimiento es considerado como todas aquellas aptitudes y actitudes que cuenta el individuo mostrando a través de la motivación las ganas de generar una idea de negocios mediante la identificación y la oportunidad de crear una empresa con éxito.

Según Alcaraz (2015) menciona que Emprender es un término que tiene múltiples acepciones de acuerdo con el contexto que se emplee, en el ámbito de negocios el emprendedor es un empresario o el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Los emprendedores son vistos como un elemento importante para la generación de empleos y como un elemento importante para el crecimiento ya que son aquellos que desarrollan sus ideas de negocios hasta convertirlas en realidad generando ingresos que contribuyen al país en donde se deben contemplar las circunstancias y medidas que coadyuvan a la generación de las actividades emprendedoras (Galindo, 2009).

El fenómeno emprendimiento puede definirse dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Formichella, 2004). El emprendimiento es considerado como aquellas capacidades de diseñar una idea a través de ello realizar un proyecto con la búsqueda de nuevas oportunidades (Sierra, 2017). Ronstadt (1985) considera que el emprender en el área académica como un conjunto de rasgos que desarrolla una persona, la manera de expresarse y que le permite encontrar competencias para descubrir oportunidades y lograr objetivos.

Bedi (2016) describe al emprendimiento como la conversión de una idea nueva en una innovación exitosa, utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo. Seres (2017) afirma que el emprendimiento está fuertemente ligado a las personas, por lo que se puede decir que el emprendimiento son todas las actitudes y conductas que proporcionan un perfil personal basado en la

autoconfianza, la creatividad, la facultad de la innovación, la responsabilidad y por último el manejo de riesgos. Ovalles et al. (2018) emprendedor es una persona que, de acuerdo con sus capacidades innatas, formación y experiencias pasadas, puede innovar en uno de los componentes de un modelo de negocio o producto o servicio para crear, desarrollar y comercializar un valor (Capcom et al., 2019; Solis et al., 2021).

Para muchas personas emprender significa empezar un negocio a partir de una idea, estar dedicada a ello y ofrecer un producto o servicio. Pero cabe destacar, que con el paso del tiempo emprender va mucho más allá de poder ofrecer, es poder satisfacer una necesidad, es crear e innovar constantemente con la finalidad de lograr satisfacer al cliente y agregar valor a cada producto y servicio que nos permitirán diferenciarnos. Hoy en día en pleno 2022, muchas empresas están manifestando cambios en sus negocios con la finalidad de adaptarse e innovar, sobre todo ser una empresa eficiente en todas sus operaciones (procesos de producción, ventas, organización, personal. La importancia que esto implica es que muchas personas en la búsqueda de su independencia, estabilidad económica, desempleo y oportunidad realizan acciones de generar una idea de negocios, en la búsqueda de atender las necesidades del mercado y como consecuencia de ello alcanzar mayores logros.

Mientras que Silva (2014) realiza una recopilación citada por Kruger (2004, p.15) en donde muestra las principales corrientes de la investigación sobre el emprendimiento.

Tabla 3. Principales Corrientes sobre el emprendimiento

Corrientes principales	Temas de investigación	Líneas de preguntas
Psicológica: Rasgos y conducta	Características de los emprendedores y del proceso emprendedor.	Causas (Por qué).
Sociológica: Social y cultural	Emprendedores de diferentes fondos culturales y sociales.	Causas (por qué).
Económica	Relación entre el entorno económico y el emprendimiento.	Efectos (Qué).
Gerencial	Habilidades de los emprendedores, gerencia y crecimiento.	Conducta (Cómo).

Fuente: Extraído de Silva (2014).

Se enlista mediante la presente tabla un resumen donde se puede observar las distintas definiciones con relación al emprendimiento con sus autores y en orden cronológico, esta tabla se diseña a partir de la investigación realizada por Silva (2014).

Tabla 4. Definiciones de Emprendimiento

Conceptos de Emprendimiento	Autor y Año
Individuos que explotan las oportunidades de mercado a través de la organización o técnica la Innovación.	Schumpeter (1965)
La investigación de oportunidades sin considerar los recursos que se necesitan.	Stevenson (1983)
Es donde el recurso humano dentro de la organización o por cuenta propia identifica Oportunidades sin tomar en cuenta los recursos que ellos actualmente tienen.	Stevenson y Jarillo (1990)

Creación de nuevas empresas, que son negocios nuevos y proyectos empresariales dentro de una organización.	Veciana (1996)
Implementación de nuevos modelos de negocios a través de la innovación y creación de negocios.	Kyrö (1996)
Proceso que termina con la creación de negocios, crecimiento y madurez.	Vesalainen y Pihkala (1999)
Descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades	Shane y Venkataraman (2000).
Pensamiento que identifica las oportunidades sobre amenazas	Krueger et al (2000)
Proceso frecuente a creación de nuevos negocios	Cromie (2000)
Creación de productos y servicios a través de la identificación de oportunidades individuales o en equipo.	Mitchell et al (2002)
Explotación de oportunidades, creación de negocios, innovación, toma de riesgo, proactividad, creación de equipos.	Yamada (2004)
Creación de nuevos negocios complejos y dinámicos.	Korunka et al (2003)
Creación de una nueva organización, búsqueda e identificación de la oportunidad y análisis de la viabilidad del negocio	Krueger (2004)
Creación de una nueva empresa	Grundsten (2004)
Tipo especial de actividad económica, pero es también un cierto modo de pensar, estilo y tipo de conducta	Zotova y Arkhipov (2005)
Creación y realización de oportunidad de crear negocios	Wood (2005)
Actitud que refleja la motivación de un individuo para identificar y buscar una oportunidad de producir un nuevo éxito económico.	Bjerke (2007)

Desarrollo de una empresa y desarrollo económico, con elementos de innovación y de reconocimiento de oportunidades	Spencer et al. (2008)
Resultado de un equipo de individuos que tienen una voluntad de ampliar sus esfuerzos organizativos	Terjesen (2008)
Manera de pensar, razonar y actuar, que está fundamentada por la oportunidad, un enfoque holístico y un liderazgo equilibrado	Timmons y Spinelli (2009).
Persona que inicia sus propios negocios o trabaja para sus propias empresas familiares	Chen y Shunk (2011)
Conducta individual que tiene propensión al desafío de alcanzar una carrera profesional independiente en el futuro, creando nuevas situaciones (creatividad) y mejorando la realidad actual (innovación), a través de la combinación de una serie de factores.	Burger-Helmchen (2012)
Emprendedor o empresario crea una empresa con fin o sin fin de lucro.	Alcaraz (2015)

Fuente: Elaboración y extraído a partir de Silva (2014).

Como resultado de las definiciones mostradas se puede observar que el término emprendimiento ciertamente es de relevancia e importancia ya que la mayoría de los autores recaen en la creación de empresas y sus procesos que esta debe pasar para el éxito y así como la incertidumbre y riesgo que esta lleva. Sin ninguna definición precisa o descriptiva hoy en día todos buscan llevar emprendimientos siendo innovadores, flexibles y desarrollando la creatividad.

Existen muchos nuevos negocios en los sectores comerciales, industriales y de servicios que continúan con modelos tradicionales pero la importancia de la observación de estas conceptualizaciones de los diversos autores con relación al término del emprendimiento es buscar mejorar las nuevas ideas de negocio siendo innovadoras para lograr ese crecimiento en un sentido dinámico.

Por último, se menciona ya en ciertas definiciones el hablar de no solo ser un emprendedor y generar ideas innovadoras, si no que dentro de la misma empresa llegar a la búsqueda de nuevas oportunidades mejorando el entorno interno de la organización o bien generar un nuevo proyecto empresarial por parte de los empleados con apoyo de la dirección.

2.2.1 Antecedentes, conceptualización y características del intraemprendimiento.

El término intraemprendedor de acuerdo a la literatura revisada se observa que existen diferentes conceptualizaciones y términos para esta acciones del emprendimiento dentro de las empresas ya establecidas, en donde el talento humano es el elemento principal para innovar, crear ideas de negocios, mejorar algún proceso dentro de la organización y es así como recae la importancia busquen reinventarse para su supervivencia en el mercado empresarial globalizado, debido a los cambios constantes por factores externos que se viven por ello deben dejar a un lado sus esquemas tradicionales para hacer frente a adopciones empresariales que contribuyan a mejorar su dirección estratégica para tener un cambio exitoso en el entorno interno y externo.

Así mismo Ospina, Acosta-Prado y Castrillon, citados por Hornsby et al (2002) y Parket (2011) dentro de las definiciones del intraemprendimiento existe un consenso por tal sentido expresa los siguientes términos para hablar de los empleados que crean o impulsan una idea de negocio dentro de las empresas.

1. Intraemprendimiento (IE) (Susbauer 1973, Pinchot,1985: Knight,1987).
1. Emprendimiento corporativo (EC) (Burgelman,1983 Zahra, 1991, Covin and Slevin, 1991; Sharma y Chrisman, 1999: Ireland et al., 2003; Kuratko,2017; Parker, 2011).

Es así como a través de la revisión diversos autores coinciden que dichos términos de intraemprendimiento y emprendimiento corporativo tienen una estrecha relación ya que van enfocados a la renovación dentro de las organizaciones a través de iniciativas de innovación llevadas a cabo por los empleados, en donde el empleado busca crear iniciativas independientes o por cuenta propia de los empleados mientras que el emprendimiento corporativo da iniciativas interna de la empresa o de manera externa ajena a la organización.

De acuerdo a Ospina, Acosta y Castrillón (2016), mencionan que en su revisión de literatura hace hincapié a Schumpeter (1911) sostiene como la introducción de innovaciones por parte de los emprendedores podrían darse a través de la creación de una nueva empresa o dentro de los límites de una organización ya existente, pero a través del tiempo este concepto o percepción ha ido evolucionando su significado y alcance y lo que hoy en día puede estar interrelacionado dentro del mismo término de intraemprendimiento y emprendimiento corporativo.

El mencionar el intraemprendimiento (IE) o emprendimiento corporativo (EC) dentro de las empresas es algo que ya se ha venido incorporando por las tendencias en empresas de tecnología o empresas grandes pero hoy en días las exigencias y mercados globales que se viven es necesario la implementación de dicho términos ya que es considerado por autores como un emprendimiento con características clave que inicia con la identificación de las oportunidades, la exploración de elementos de innovación y novedosos y por último el grado de riesgo que este lleva (Crant, 2000; Parker y Collins, 2010; Pinchot, 1985). Lo que enmarca como factor importante de este término al emprendedor es que estas son iniciativas por parte de los empleados dentro de las organizaciones para generar nuevas ideas de negocios para iniciar.

Dentro de los inicios se puede observar que estos temas de emprendimientos ya se desprenden de los estudios teóricos relacionados al emprendimiento o espíritu emprendedor como se define en el anterior tema, por ello la importancia de llevar acciones de emprendimiento ya sean individuales dentro o fuera de la organización para el beneficio y desarrollo económico del país.

Es decir, cuando se habla de intraemprendedor puede estar asociado o vinculado con el término del emprendimiento, ya que se identifican como la búsqueda de nuevas oportunidades para la generación de ideas hacia la ejecución del proyecto empresarial en donde se deben considerar la personalidad, la formación, experiencia que son factores predictivos para el éxito de dicha creación de negocio por ello se puede decir que se pone en práctica tanto el espíritu emprendedor así como el espíritu intraemprendedor (Stevenson y Jarillo,1990).

Mientras que para Guth y Ginsberg (1990) consideran que el término intraemprendimiento contempla tres acciones, innovación donde la empresa busca crear y desarrollar nuevos procesos, creación de proyectos el desarrollo de nuevos modelos de negocios renovando su modelo tradicional a uno que les ayude a generar mayor competencia y crecimiento y por último la renovación estratégica en las actividades que ayuden a la organización permanecer en el mercado y ser frente a la competencia buscando estrategias que impulsen el crecimiento y la estabilidad en el mercado.

Así mismo (Blackburn et al., 2014), mencionan que el emprendimiento corporativo EC lo define el nivel de la organización de forma creciente al fijar estrategias para impulsar la innovación y mientras que él y IE va encaminado al nivel individual, siendo un proceso de abajo hacia arriba en donde las iniciativas son relacionadas con el recurso humano.

El contexto del entorno económico es mostrar la importancia de la adopción de este término en las medianas empresas las acciones del comportamiento intraemprendedor ya que esta contribuye al crecimiento y desarrollo de las organizaciones para generar una fuente de riqueza, dicha figura intraemprendedor debe potencializarse para generar innovaciones dentro del panorama y contexto que se vive con las nuevas tendencias y a su vez al cambio de mentalidad.

Por tanto, las medianas empresas en esta época que actualmente se vive para sobrevivir ante la situación de pandemia deben de incluir estrategias empresariales que permitan reinventarse y reorganizarse de las estructuras o metodologías

tradicionales y crear un nuevo perfil intraemprededor dentro de sus organizacionales para potencializar al máximo a su recurso humano, material y financiera de manera interna seguir creciendo y tener mayor posicionamiento en los mercados.

Las acciones intraemprededoras son consideradas como la posibilidad de poder fomentar, crear e identificar oportunidades que les permitan añadir valor a su organización o a través de la generación de una nueva idea de negocio (Ma, Liu y Karri, 2016). En donde es considerado como un factor clave para el éxito y de la supervivencia de las empresas la aplicación de dichas acciones con el fin de generar el crecimiento organizacional De Pablo (2015), a través del intraemprendimiento los encargados de áreas, gerentes o administradores coadyuvan a las empresas a innovar o reinventar al igual que mejorar su rendimiento organizacional (Antoncic y Hisrich, 2001).

La importancia de retomar el tema de intraemprendimiento debido al incremento en las organizaciones por adoptar estas acciones en otros sectores como industriales y de tecnología en donde buscan apoyar a sus empleados a través de programas de capacitación, motivación con el fin de crear el comportamiento intraemprededor en sus empleados, pero para que esto se logre dentro de las empresas debe considerarse un factor importante el ambiente laboral adecuado entre los empleados que les permita sentirse motivados, recompensados y considerados de todos sus esfuerzos realizados para el cumplimiento de los objetivos de la organización (Falola et al, 2018).

Mencionan Mohedano-Suanes y Garzón (2018) que el hablar de intraemprededores estos deben de contar con ciertas actitudes para poder negocios recursos ya que en algunas empresas son limitados los apoyos y el cual tendrá que trabajar con estas habilidades para convencer en la inversión en un proyecto determinado, así mismo Kuratko y Hodgetts (2001), los intraemprededores son vistos como personas exitosas porque cuentan y poseen características son visionarios, conocen a la organización, están comprometidos con la empresa, sinceros, negociadores, capaces de dirigir a los equipos

multifuncionales, facilidad de comunicación, pensamiento crítico, tomadores de riesgos, altos niveles de autoeficacia.

De acuerdo a Calabuig, González-Serrano (2017) se menciona la diferencia entre emprendedor e intraemprendedor.

Emprendedor

- Crea una nueva empresa
- Es dueño del negocio
- Tiene mayor control del medio ambiente especialmente del interior
- Cuenta con responsabilidad financiera

Intraemprendedor

- Desarrolla proyectos de innovación dentro de una empresa
- Es un trabajador (a) de la organización
- Tiene que informar a sus superiores y son ellos quienes tienen que buscar algún tipo de apoyo.
- No tienen responsabilidad financiera.

La implementación de las acciones de intraemprendimiento dentro de las organizaciones son fundamentales porque se requiere del recurso humano como roles fundamentales para que se genere dicha acción ya que son ellos quienes participan activamente en la detección y explotación de oportunidades a través de ideas de negocios dentro o fuera de la empresa en la que se encuentran desempeñando alguna función (Bosma et al., 2013). En donde quien fue el primero en definir este término fue Pinchot (1985), el que caracteriza al intraemprendimiento como el personal que desarrolla y propone ideas innovadoras y actúa como un emprendedor sin considerar que posición se encuentra dentro de la estructura organizacional.

El intraemprendimiento tiene una estrecha relación con el emprendimiento ya que se trabaja bajo presión, riesgo, incertidumbre, presión temporal, (Barbosa, Gerhardt y Kickul, 2007), en donde el emprendedor enfrenta a diversos procesos, en donde debe considerar el nivel de auto-eficacia (Mohedano-Suanes y Garzón, 2018). Debe

de contemplar la innovación como parte fundamental para permanecer en el mercado ya que hoy en día se debe dotar de conocimientos y habilidades a los empleados de los diferentes niveles jerárquicos de la organización, se deben de contemplar las capacidades para motivar y dirigir adecuadamente a los equipos de trabajo (Morris, Kuratko y Covin, 2010).

Tabla 5. Conceptualización del intraemprendimiento: aportaciones teóricas.

Autores	Concepto
Collins y Moore (1970)	Se distinguen dos tipos de emprendimientos: 1) emprendimiento corporativo; 2) emprendimiento independiente.
1973 Susbauer	Emprendimiento dentro de las organizaciones, el cual incluye el establecimiento de unidades relativamente independientes dentro de la organización en la que los miembros de la misma trabajan con el mismo nivel de libertad de actuación y compromiso.
Burgelman (1983)	El espíritu empresarial se refiere al proceso mediante el cual las empresas se dedican a la diversificación a través del desarrollo informal. Dicha diversificación requiere nuevas combinaciones de recursos para extender las actividades de la empresa en áreas no relacionadas o marginalmente relacionadas con su actual dominio de competencia y el correspondiente conjunto de oportunidades (p.1349).
Burgelman (1984)	Es extender el dominio de competencia y correspondiente conjunto de oportunidades a través de la generación interna de nuevas combinaciones de recursos (p. 154).

Nielsen, Peters y Hisrich (1985)	Intraemprendimiento es el desarrollo dentro de una gran organización de mercados internos y unidades relativamente pequeñas e independientes diseñadas para crear, internamente probar mercado y expandir servicios mejorados o innovadores de personal, tecnologías o métodos dentro de la organización. Esto difiere de las grandes unidades empresariales cuyo propósito es desarrollar posiciones rentables en mercados externos (p. 181).
Pinchot (1985)	Es el desarrollo de mercados en el interior de una organización y relativamente de unidades independientes diseñadas para crear, internamente, probar y ampliar mercados y/o servicios innovadores, tecnológicos o métodos.
Knight (1987)	El emprendimiento es una postura fundamental, instrumentalmente importante para la innovación estratégica, particularmente bajo condiciones cambiantes en el entorno externo de la empresa. La noción de orientación empresarial es aplicable a cualquier empresa, independientemente de su tamaño y tipo (p. 215)
Jennings y Lumpkin (1989)	Es un concepto multidimensional que incorpora las actividades de una empresa dirigidas a la innovación de productos y tecnológica, a la toma de riesgos y la proactividad (p. 486).
Guth y Ginsberg (1990)	El emprendimiento empresarial abarca dos tipos de fenómenos y los procesos que los rodean: (1) el nacimiento de nuevos negocios dentro de las organizaciones existentes, es decir, la innovación interna o el riesgo; Y (2) la transformación de las organizaciones a través de la renovación de las ideas clave sobre las que se construyen, es decir, la renovación estratégica (p.5).
Zahra (1991)	Se refiere al proceso de creación de nuevos negocios dentro de las empresas establecidas para mejorar la rentabilidad de la organización y mejorar la posición competitiva de una empresa o la renovación estratégica de negocio existente (pp. 260-261).

Covin y Slevin (1991)	El emprendimiento corporativo es descrito como una dimensión de la postura estratégica representada por la propensión de la firma a la toma de riesgos, la tendencia a actuar agresivos contra la competencia, el establecimiento de métodos proactivos y la innovación de productos (p. 7)
Zahra (1993)	Es un proceso de renovación organizacional que tiene dos dimensiones distintas pero relacionadas: la innovación y riesgo [venturing], y la renovación estratégica (p. 321)
Lumpkin y Dess (1996)	El acto esencial del emprendimiento es la nueva entrada. Se puede lograr una nueva entrada ingresando a mercados nuevos o establecidos con bienes o servicios nuevos o existentes. La nueva entrada es el acto de lanzar una nueva empresa, ya sea por una empresa nueva, a través de una empresa existente o por medio de una empresa corporativa interna... El EO [orientación emprendedora] se refiere a los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que conducen a una nueva entrada (p. 136-137)
Sharma y Chrisman (1999)	El proceso mediante el cual un individuo o un grupo de individuos, en asociación con una organización existente, crea una nueva organización o instiga la renovación o la innovación dentro de esa organización " (p.18)
Antonic y Hisrich (2001)	Se refiere al proceso que ocurre en el interior de una firma independientemente de su tamaño y que no sólo conduce a nuevos negocios, sino también a otras actividades innovadoras como el desarrollo de productos, servicios, tecnologías, técnicas administrativas, estrategias o posturas competitivas (p.498).

Antonic y Hisrich (2003)	Se define como un emprendimiento dentro de una organización existente, refiriéndose a las intenciones conductuales emergentes y comportamientos organizacionales relacionados con las desviaciones de lo acostumbrado. Los procesos intraemprendedores continúan dentro de una empresa existente, independientemente de su tamaño (p. 9).
Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby (2005)	Comportamiento que requiere sanciones organizacionales y compromisos de recursos con el propósito de desarrollar diferentes tipos de innovaciones creadoras de valor (p.700).
Garzón 2005	Individuos con visión empresarial, que manifiestan una conducta y orientan su comportamiento al desarrollo y surgimiento del espíritu emprendedor interno, generando y aprovechando ideas innovadoras, desarrollándose como oportunidades de negocio rentable, comprometiendo su tiempo y esfuerzo en investigar, crear y moldear esas ideas en negocios para su propio beneficio y el crecimiento sustentado de la organización , detectando éxitos donde otros ven fracasos o problemas y cuyo fuerte es la innovación con talento y creatividad de bienes y servicios.
Morris y Kuratko (2006)	Es un término utilizado para describir el comportamiento emprendedor que puede desarrollarse en el seno de medianas y grandes organizaciones establecidas, que incluye términos como organizaciones emprendedoras, intraemprendimiento y capital riesgo.
Rutherford y Holt (2007)	EC es el proceso de mejorar la capacidad de la firma para adquirir y utilizar las destrezas y habilidades innovadoras de los miembros de la empresa (p. 430).
Ireland, Covin y Kurakto (2009)	Una estrategia de emprendimiento corporativo es una visión directa o visión dirigida en el comportamiento emprendedor que a propósito y continuamente rejuvenece a la organización y da forma al alcance de sus operaciones a través del reconocimiento y la explotación de oportunidades empresariales (p. 21)

Parker (2011)	Es una práctica para el desarrollo de nuevas empresas dentro de una organización existente, para explotar una nueva oportunidad y crear un valor económico.
Gálvez y García 2011	Proceso empresarial que permite y anima a sus empleados a iniciar, liderar y poner en práctica nuevas ideas y/o mejoras radicales dentro de la organización en la que trabajan.
De Villiers Scheepers (2012)	El emprendimiento corporativo es un fenómeno multidimensional. Describe el proceso mediante el cual las firmas establecidas pueden actuar innovadora, arriesgada y proactivamente. Las empresas de riesgo, el intraemprendimiento y la renovación estratégica son componentes diferentes del emprendimiento corporativo.
Kearney, Hisrich y Antonic (2013)	Un conjunto de actividades a nivel de organización que se centran en el descubrimiento y la búsqueda de nuevas oportunidades a través de actos de empresas de riesgo, renovación, innovación, la asunción de riesgos y la proactividad (pp. 328-329).
Ahmed y Amjad (2013)	Intraemprendimiento es el acto de comportarse como un emprendedor dentro de los entornos corporativos (p.88).
Kuratko y Morris (2018)	comportamiento emprendedor que puede desarrollarse en el seno de medianas y grandes organizaciones establecidas, que incluye términos como organizaciones emprendedoras, intraemprendimiento y capital riesgo

Fuente; Extraído directamente de Galván y Sánchez (2018, pp. 168-169) y Ospina, Acosta y Castrillón (2016).

El término intraemprendedor de acuerdo a la revisión de literatura realizada por Ospina, Acosta y Castrillón (2016), muy interesante se observa que cada uno de los autores contribuye y coincide a la conceptualización donde se aplica la innovación pero principalmente en grandes empresas. Y que hoy en día se discute el término que intraemprendedor que fue propuesto por Pinchot un consultor de administración

quien en su libro de *Intrapreneuring*, en 1985. Que se desprende o deriva en dos partes como combinación de Intra refiriéndose a interno y emprendimiento a lo que se realiza para generar una empresa.

Dentro de las conceptualizaciones se puede observar que la mayoría de los autores desde sus inicio recaen que el intraemprendimiento es un proceso para la generación de ideas y así como otros autores lo toman como acciones que se realizan o promueven dentro de las organizaciones para llevarse a cabo, de igual manera otros investigadores lo consideran como prácticas que se deben de realizar con constante capacitación para el logro de los empleados al realizar sus propuestas empresariales a través de la innovación o renovación interna.

Así mismo se visualiza en las definiciones que las empresas deben de trabajar la parte de innovación en donde se implementan nuevos procesos, productos, servicios, estructura organizacional interna estrategias o implementación de tecnología para que se pueda realizar dichas acciones de emprendimiento con el aprovechamiento de las oportunidades del entorno.

En donde no solo basta tener innovación dentro de las empresas si no también es parte fundamental de las definiciones la generación de ideas y la puesta en marcha de proyectos empresariales en donde se aplique estrategias de renovación, se aplique la pro actividad, el riesgo y toma de decisiones asertivas con el apoyo de la dirección en donde el talento humano cuente con los recursos necesarios para llevar a cabo dichas oportunidades de negocios generando valor para la organización.

Ya tiempo después al buscar definir el intraemprendimiento Antoncic y Hisrich (2001,2003), señalan que dicho término puede ser aplicado en cualquier empresa sin importar el tamaño, el tipo, sector o el tipo de innovación realizado. Mientras sea de productos o servicios para el desarrollo y el crecimiento económico.

A continuación de muestra en la siguiente tabla las definiciones de autores con relación al emprendimiento corporativo.

Tabla 6. Definición de emprendimiento corporativo.

Autor	Definición
Burgelman 1983	Proceso mediante el cual las empresas pueden diversificarse mediante el desarrollo interno.
Jennings y Lumpkin 1989	Concepto multidimensional que incorpora actividades de una empresa dirigidas hacia un proyecto e innovación tecnológica, toma de riesgos y proactividad.
Guth y Ginsberg 1990	Nacimiento de nuevos negocios dentro de las organizaciones existentes (ejemplo, innovación o emprendimiento); y transformación de una organización a través de la renovación de las ideas clave que la construyen.
Stevenson y Jarillo 1990	Proceso mediante el cual los individuos, ya sea por su cuenta o dentro de las organizaciones, aprovechan las oportunidades sin tener en cuenta los recursos que controlan en la actualidad; donde una oportunidad puede ser cualquier situación futura que sea conveniente y factible.
Zahra 1991	Proceso de creación de nuevos negocios dentro de las empresas establecidas para mejorar la rentabilidad de la organización y su posición competitiva o realizar la renovación estratégica de negocios existentes.
Churchill 1992	Proceso de descubrimiento y de desarrollo de una oportunidad para crear valor a través de la innovación.
Birkinshaw 1997	Iniciativa discreta y proactiva que representa una nueva forma para que una corporación avance mediante el uso y expansión de sus recursos.
Morris y Kuratko 2002	Comportamiento emprendedor que puede desarrollarse en el seno de medianas y grandes organizaciones establecidas, que incluye términos como organizaciones emprendedoras, intraemprendimiento y capital riesgo.

Wolcott y Lippiz 2007	Proceso a través del cual equipos dentro de empresas establecidas coinciden, promueven, inician y gestionan nuevos negocios distintos a los de su empresa, pero aprovechando sus activos, posición en el mercado, capacidades y otros recursos.
Antoncic y Prodan 2008	Emprendimiento tecnológico que se desarrolla dentro de una organización existente para crear y gestionar una nueva empresa basada en la investigación, desarrollo, tecnología.

Fuente: Recopilación de la literatura de Ospina, Acosta y Castrillón (2016).

La perspectiva general de todas las definiciones mencionadas con relación al emprendimiento corporativo va enfocada hacia la innovación, con la finalidad de lograr un crecimiento empresarial a través de los recursos que cuente la empresa, al hablar de la innovación no va enfocado solamente en tecnología sino también en el desarrollo o mejoras de procesos o nuevos productos, con la finalidad de lograr un crecimiento.

Así mismo también la conceptualización del emprendimiento corporativo involucra la innovación en crear una nueva idea de negocios y la transformación mediante una renovación de proceso y visión estratégica dentro de la empresa, al igual que sucede dentro del emprendimiento en general estas acciones de impulsar una idea de negocios se realizan de forma independientemente a la actividad que se encuentran realizando, pero sobre todo contando con el apoyo de la dirección para su realización.

El emprendimiento corporativo y el intraemprendimiento como se puede ver tiene una gran similitud en sus conceptualizaciones, pero estos términos ambos buscan la parte de renovación dentro de las empresas a través del desarrollo de iniciativas innovadoras por los empleados. Es decir, la implementación de estas acciones dentro de las organizaciones en la actualidad buscará el aceleramiento y crecimiento.

Por último, es importante mencionar que para la aplicación de este término de intraemprendedor o comportamiento emprendedor puede ser aplicable en cualquier

empresa sin importar el tamaño, giro, filosofía, la importancia radica en las organizaciones con la visión de crecimiento y la exploración de oportunidades a través de sus empleados con la renovación empresarial para realizar las prácticas de intraemprendimiento y que contribuirá en el rendimiento financiero, incremento de competitividad y un mayor posicionamiento en el mercado.

Innovación

El trabajar con la dimensión de la innovación en el tema de intraemprendimiento es una de las más reconocidas por los autores que se mencionan en esta investigación (Antoncic, 2007; Antoncic y Hisrich, 2001; De Villiers- Scheepers, 2012; Kearney et al., 2013; Turró et al., 2014; Zahra, 1991). Las aportaciones realizadas por estos investigadores recaen en la sugerencia para este constructo la introducción de nuevos productos, servicios, cambios estratégicos o tecnológicos dentro de la organización y así como la renovación de procesos o mejorando dichos procesos o productos (Covin y Slevin, 1991; Jennings y Lumpkin, 1989; Knight, 1997; Kearney et al., 2013).

Para Schumpeter (1934) en sus principios relacionados al emprendimiento involucra y argumenta lo siguiente en relación a la conceptualización de innovación:

1. La introducción de nuevos productos o servicios.
2. Los cambios radicales en la estructura de la empresa.
3. Desarrollo de nuevos procesos o medios de producción, logística.
4. Generación de nuevas fuentes primarias, como alianzas o redes de colaboración entre otras.

Es decir, Schumpeter menciona que la innovación puede considerarse como una actividad económica y como una función para los emprendedores. Para identificarlos como emprendedores innovadores que con personas que contribuyen en cambiar las condiciones del mercado por lo que son considerados como agentes

principales para la implementación de la innovación. Así mismo la innovación la considera como impulsora del crecimiento económico a nivel empresarial y de sociedades.

Álvarez (2013) hace mención a la importancia de los directivos, brindar productos nuevos que puedan funcionar en el mercado por lo que en ocasiones se pueden realizar modificaciones en un periodo de tiempo o largo plazo. La otra innovación le da sentido a que la empresa desarrolle un producto nuevo en el mercado en donde puede incluir nuevas tecnologías o que no coincidan con el concepto original de la organización.

En la actualidad la innovación es factor decisivo dentro de las empresas, ya que necesitas realizar constantes cambios que se da a través de la innovación para seguir permaneciendo en un mercado cambiante y competitivo, en donde menciona Felgueira y Gouvela (2018) el proceso de crear e introducir algo nuevo en la organización coadyuva para los actos de emprendimiento corporativo. Al igual que Drucker 1985 define a la innovación como una forma de realizar un cambio, un comportamiento, un estilo gerencial en donde todo debe ir enfocado hacia el mercado y su comercialización.

En relación al emprendimiento corporativo, Antoncic y Hisrich 2001; Kearnet (2013) describen la importancia que debe tomar la organización en donde la innovación es vista como la capacidad de la empresa para diseñar y desarrollar nuevas ideas, nuevos productos y servicios, así como el apoyo a las ideas nuevas en donde se vean involucrados procesos creativos o tecnología. Es ahí la importancia de aprovechar las capacidades y oportunidades que se presenten para realizar las acciones intraemprededoras.

El modelo realizado por Felicio, Rodriguez y Calderinha (2012) propone que el intraemprendimiento está fuertemente ligado con la innovación, en donde fundamentan los autores que los resultados empresariales en materia de innovación, riesgo, incertidumbre, productividad y autonomía están ligados para las acciones intraemprededoras atreves de la innovación.

La propuesta fue aprobada por la medición de innovación en producto en proceso y en tecnología con una muestra de 3 mil 906 empresas de tamaño mediano en los sectores de servicios, transportes e industrial, construcción, encontraron hipótesis que soportan las cargas factoriales, así como la fuerte correlación. Asume la innovación como una predisposición a crear nuevas ideas y romper con paradigmas y rutinas implementadas (Kollmann,2019).

Proactividad

Esta dimensión es considerada dentro del emprendimiento empresarial y que ha sido estudiada, validada y aceptada en diversas investigaciones con el tema de emprendimiento ya que involucra una serie de anticipaciones a los cambios que actualmente se viven en el entorno, como la ejecución de estrategias de acuerdo a las necesidades de los consumidores o del mercado (Kearney et al., 2013). Así mismo otros autores consideran que este constructo está integrado por los aspectos más importantes de la organización como lo es la misión, visión, iniciativa y actividades de la alta dirección, al igual que la asunción de riesgos en la empresa (Antoncic y Hisrich, 2001; Antoncic, 2007).

Para Miller (1983), investigador con temas de intraemprendimiento indica que dicho constructo es uno de los tres principales de la fórmula del emprendimiento, así como la innovación y el riesgo. En donde esta dimensión puede ser evaluada o aplicada de manera individual o a nivel organizacional, dado por el establecimiento de una cultura común en la empresa y por qué está siempre busca la implementación anticipada de estrategias frente a los competidores y el aprovechamiento de las oportunidades.

La proactividad busca la adaptación de la organización en los entornos cambiante que pasan cada sector de empresa, por ello en el tema de emprendimiento corporativo, no solamente se enfoca en evaluar las capacidades de adaptación en ciertos contextos, sino también en las adopciones de las organizaciones para hacer frente a los cambios organizacionales y eliminando los bloqueos que no le permiten

desarrollar y promover acciones de emprendimiento (Covin y Slevin, 1991; Kuratko y Audretsch, 2013).

Es decir, entonces se describe cómo los comportamientos activos en los empleados involucran sin recibir alguna instrucción de cómo desarrollar ciertas actividades, acciones anticipadas para detectar nuevas oportunidades en lugar de responder de forma reactiva a las demandas actuales (Gawke et al., 2019).

Reconocimiento de Oportunidades

Este constructo es uno de los propuestos para esta investigación, ya que de acuerdo a los fundamentos teóricos de la revisión de literatura brindan este constructo como una dimensión pertinente dentro de los temas intraemprendimiento ya que se enfoca en la búsqueda de oportunidades con el fin de observar el ambiente o mercado para reconocer dichas oportunidades que puedan traer en un futuro beneficios para la organización.

Autores mencionan que se inicia a identificar el reconocimiento de las oportunidades conforme se van presentando situaciones dentro de la organización, ciertos cambios que se presenten como una necesidad de adaptación o cambio (Urban y Wood, 2015), dentro del cual los intraemprendedores observan, identifican y examinan lo que está sucediendo en el entorno busca y reconoce los vínculos entre ellos para posteriormente buscar una nueva oportunidad para atender las situaciones futuras que se presenten (Baron, 2006).

Las empresas que trabajan con estrategias basadas y fundamentadas al reconocimiento de oportunidades, serán más viables contar con acciones y estrategias intraemprendedoras para contar con innovaciones y negocios rentables, sostenibles con un cierto grado de éxito en el mercado al cual pertenecen (Fellnhöfer, 2017).

Trabajo en redes

Este constructo atiende al igual que la anterior propuesta realizadas por investigadores en aplicarlos en temas de emprendimiento corporativo con el fin de comprobar si su aplicación dentro de ello muestra un significado positivo y contribuye dentro de las organizaciones para realizar dichas acciones de intraemprendimiento.

Así mismo menciona Urbano y Turro (2013) que el trabajo en redes se relaciona positivamente con resultados de intraemprendedores y con la intención de ser emprendedor. “Las redes son consideradas como estructuras de oportunidades a través de las cuales los emprendedores obtienen información, recursos y apoyo social para identificar y aprovechar oportunidades”. Es decir se encuentra definido como un activo que influye positivamente en la persona donde busca a través de su voluntad propia para tener ese vínculo de amigos, colegas y otros contactos generales que brinden autoridad y poder necesarias para proponer dichas ideas (Janssen, 2000, Urbano y Turro 2013).

Pellegrini (2019) fundamenta que la experiencia relacionada con la organización brinda conocimiento sobre la dinámica empresarial y los desafíos que ésta le presentan, las redes pueden aportar conocimientos técnicos sobre soluciones y alternativas para atender dichos desafíos que las organizaciones constantemente sufren. Así mismo ninguna empresa puede esperar que tenga o cuente con el conocimiento para desarrollar la innovación dentro de su propia estructura es decir que se requiere de la relación de contactos para atender problemas futuros que se presenten (Asiain et al., 2020).

2.2.2 Teorías administrativas aplicables al estudio de investigación.

Si bien es cierto de acuerdo a la información que de investigaciones y autores se puede decir que el intraemprendimiento es un área de oportunidad que las empresas hoy en día pueden practicar colaborando en sus empleados en generar ideas y soluciones, tomando en cuenta sus aportaciones y permitiendo en el desarrollo de sus ideas puedan convertirse en proyectos reales.

A si mismo lo hace mención Vasper (2004) define al intraemprendimiento como una acción en donde el empleado cuenta con las capacidades para emprender desde abajo una idea nueva, con innovación apoyada por los subordinados, aprobación por parte de los altos mandos de la organización. es ahí donde la empresa debe de contar con programas para motivar a sus empleados en sentirse cómodos y puedan explotar el potencial con el que cuentan.

Guth y Ginsberg (1990) Retoman la importancia de definir el emprendimiento corporativo el surgimiento de nuevas empresas dentro de las existentes, a través de la implementación de innovación y emprendimiento internos, cita que la importancia es tomada en donde las empresas se preocupan por renovación estratégica, apoyo a los empleados en libertad de creatividad donde ejerce un efecto positivo para el crecimiento financiero de la organización.

El intraemprendimiento genera el desarrollo interno, proponiendo nuevas ideas dentro de las empresas, implementando y generando espíritu innovador y emprendedor Asencio, Fabregas y Carmona (2019) como lo citó (Bahamon, 2014, p.32). Es decir que dicha acción se logra identificando las iniciativas de los empleados de la organización brindando el apoyo desde la gerencia organizacional. El emprendimiento corporativo indica que los individuos cuentan con una visión empresarial, donde manifiestan una conducta para el desarrollo y creación del emprendedor a través de ideas innovadoras con la identificación de oportunidades rentables donde se comprometen con tiempo y esfuerzo para la realización de dicho proyecto hasta su creación enfrentando los obstáculos para su desarrollo lo que menciona (Garzón, 2011).

2.2.2.1 Teoría del desarrollo económico.

Schumpeter (1934) propone la teoría del desarrollo económico en donde el emprendedor cuenta con características propias que lo hacen propenso a desarrollar proyectos e iniciativas que le brindarán mejores resultados y como principal característica del emprendedor es la innovación y con esta lograr una combinación de factores productivos que resulten en un cambio tecnológico , un

emprendedor es cualquier persona que a partir de una combinación de factores de producción crea algo nuevo independientemente si eso resulta en una nueva empresa o simplemente un nuevo proceso dentro de una organización (Vázquez Barquero, 2000).

Schumpeter define al emprendedor cómo ayudar a mejorar la economía, a mejorar el entorno, a aquel que rompe el equilibrio del mercado a través de la generación de ideas nuevas incluyendo la combinación de recursos desarrollando su creatividad. Define al emprendedor dependiente los que están vinculados con la organización existente y los independientes aquellos que crean una empresa. Monteagudo y Martínez (2008) cita la importancia de teoría de Schumpeter donde para el investigador el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, es quien realiza innovación rompiendo lo tradicional al implementar nuevas estrategias dentro de la organización con su iniciativa de liderazgo y con el talento especial para identificar el mejor modo para actuar con nuevos productos, nuevos procesos rompiendo las inercias del entorno hostil a comportamiento novedosos.

Así mismo menciona que el emprendedor es creativo, inconformista, la motivación principal del emprendedor es el beneficio de crear y la posibilidad de mejorar la posición social. Para Shumpeter identifica tres clases de elementos que afectan al comportamiento intraemprendedor:

1. Relacionado con la introducción de nuevos productos, nuevos procesos la apertura de nuevo mercado, describir nuevas fuentes de materia prima.
2. Lo relaciona con las formas de la motivación empresarial, que implica la satisfacción creación y resolución de problemas, deseos de ganar y competir.
3. Menciona los factores que Inhiben la actividad emprendedora, la dificultad de planear y entender una nueva actividad, tendencia humana que desvié lo acostumbrado.

2.2.2.2 Teoría Institucional

De acuerdo como cito De Villiers-Scheepers (2012).Dicha teoría está enfocada a los sistemas e instituciones (Públicas y privadas) que rodean a la empresa y que

dan forma al comportamiento social y organizacional impactando para la toma de decisiones dentro de las empresas. Este enfoque es utilizado por el autor investigado y aplicado para sectores denominados economías emergentes.

Haro, Ceballos y Salazar (2010). Citan y mencionan la teoría sociológica institucional como un modelo donde se analiza la influencia institucional a través de factores que se mencionan a continuación.

1. Reguladores: Incluyen las políticas gubernamentales que proveen apoyo a los nuevos negocios y facilitan los esfuerzos de los emprendedores
2. Normativos: Se refieren al conocimiento y a las habilidades que poseen los habitantes de un país determinado respecto a temas relacionados con la gestión empresarial.
3. Cognitivos: Se refieren al grado en el que los habitantes de un país determinado valoran tanto la actividad emprendedora como la mentalidad creativa e innovadora de las personas (Busenitz y otros, 2000).

Es así como el emprendimiento corporativo a manera global coadyuva a la orientación de la organización hacia el emprendimiento, en base a la orientación y apoyo se realizan actividades emprendedoras como la creación de un nuevo negocio corporativo o actividades de renovación estratégica (Antoncic y Hisrich, 2001, 2003).

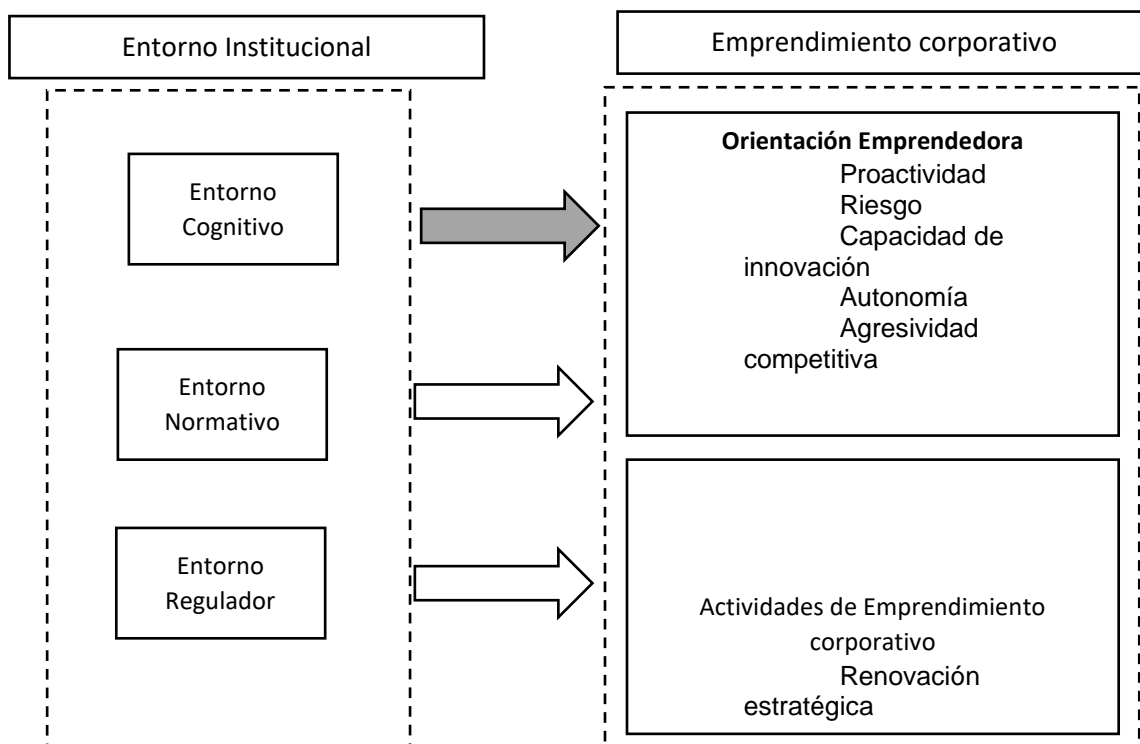
El presente Modelo analiza la influencia institucional a través de sus factores y el emprendimiento corporativo a través de la orientación hacia el emprendimiento de la organización y las posibles actividades de emprendimiento que pudieran llevarse a cabo, en donde desde la visión institucional, debe de fomentarse el espíritu emprendedor amplio, en donde las actitudes, preferencias y capacidades de los empleados puedan potenciar los valores que definan las acciones de emprendimiento.

Es importante que la organización establezca un sistema de incentivos, motivación, para la generación de ideas y habilidades emprendedoras para generar propuestas que ciertamente impacten y beneficien al desarrollo de la organización. Dicho modelo establece que las instituciones relacionadas con el grado de conocimiento,

valores y cultura de la sociedad (Cognitivos y normativos) influyen en el nivel de la orientación es decir que impulsa a que los empleados identifiquen oportunidades y realicen acciones emprendedoras a través de la educación empresarial e implementación de la innovación Haro, Ceballos y Salazar (2010).

A través del entorno regulador que consta de existencia leyes, reglamentos, programas, la organización a través de la actitud debe transformar y aprovechar nuevas iniciativas dirigidas de iniciativas empresariales influye positivamente en nuevas acciones de comportamiento intraemprendedor por parte de los empleados.

1. **FIGURA 1. Relación del entorno institucional y el emprendimiento corporativo.**



Fuente: Haro, Ceballos y Salazar (2010).

2.2.2.3 Teoría de recursos y capacidades

Penrose(1962) le es atribuida la teoría de recursos y capacidades pues busca la heterogeneidad o disparidad existen entre las empresas, surge a partir de la

diferencia en sus recursos y capacidad o competencias básicas para contar con ventaja competitiva y así mismo cita López, Martínez y Riveros (2004) mencionan que dicha teoría si sitúa habitualmente en los años 1984 del profesor Binger Wernerfelt trata de explicar los motivos por los cuales las empresas desarrollan su actividad en el mismo entorno competitivo y que estarían sujetas a los mismos factores de éxito identificados en el sector económico, obtienen niveles de rentabilidad diferenciados.

Es decir, poder identificar qué potencial tiene la organización para establecer ventajas competitivas mediante la identificación de los recursos y habilidades con lo que cuenta o que pudiera tener acceso y las diversas oportunidades que se pudieran ya que son considerado la identidad de la organización en los diversos entornos competitivos que se presenten (López, Martínez y Riveros, 2004).

Dentro de los recursos con los que puede contar la empresa son tangibles que entran los recursos físicos y financieros, mientras para los intangibles son los no humanos y humanos. Asimismo Barney (1991) menciona que los recursos pueden clasificar de manera estratégica en tres grupos importantes, primero recursos físicos incluye los equipos y la tecnología y localización geográfica, segundo capital humano incluye a los trabajadores y directivos de la empresa tales como su experiencia y estudios, tercero recursos organizacionales radica la importancia con la estructura organizativa de la empresa, los sistemas, planeación, coordinación y control, relaciones informales entre la empresa y el entorno.

Las capacidades son el segundo nivel de análisis que puede ser considerado como habilidades o competencias organizativas con las que cuenta la organización para desarrollar actividades a partir de la combinación de ambas coordinando todos los recursos disponibles, en este sentido pueden considerarse capacidad regulatoria como derechos de propiedad, comerciales etc. Capacidad funcional se relaciona a la habilidad para hacer cosas específicas y es el resultado del conocimiento, habilidades y experiencia de los empleados, creencias y valores que pertenecen a los individuos y en grupos que componen en la organización (López, Martínez y Riveros, 2004).

Ciertamente es una teoría que toca puntos importantes que se relaciona con el intraemprendimiento desde la visión en el crecimiento estratégico de las organizaciones buscando la innovación, el desarrollo y crecimiento empresarial, el desarrollo de los empleados donde busca evaluar las capacidades con las que cuenta la organización de acuerdo a su estructura organizacional y así como las capacidades de los empleados de acuerdo a su puestos jerárquico, a los recursos que les brinda la organización, sus actividades en sus tareas desempeñadas y las percepciones individuales.

El autor Gary Becker (1983), define al capital humano como el conjunto de capacidades productivas que un individuo adquiere por la acumulación de conocimientos generales o específicos que pueden ser acumulados o usarse. Es decir, en este sentido la opción individual para realizar algún tipo de acción.

Mientras que para el investigador Theodore Schultz (1983), lo constituye como un conjunto de elementos, habilidades y capacidades que ayudan a elevar y conservar la productividad, la innovación y la empleabilidad de una persona o comunidad. Mediante el cual menciona cinco factores que han contribuido a mejorar la capacidad humana:

4. Equipos y servicios de salud.
5. Formación en el puesto de trabajo.
6. Educación de formación organizada.
7. Programas de estudio o programas de extensión para el personal.
8. La emigración de individuos y familiares para ajustarse a los cambios y oportunidades de trabajo.

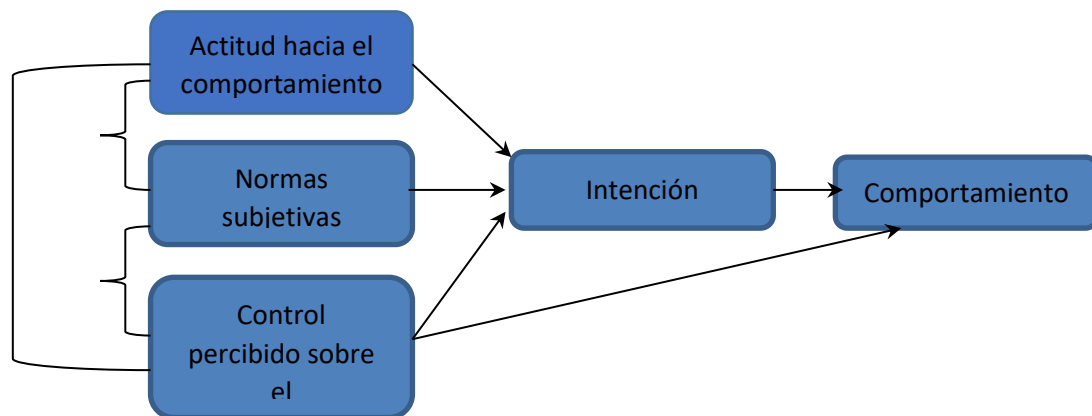
2.2.2.4 Teoría del comportamiento planificado.

El modelo de la teoría del comportamiento planificado (TCP) propuesta por Azjen (1991) ha sido utilizada por diversos investigadores para estudiar el comportamiento del ser humano y buscando explicar cómo predecir cierta acción o comportamiento en donde se busca entender la intención de adoptar el comportamiento planificado

qué factores ejercen para la realización de dicho comportamiento determinando la actitud y la intención del individuo.

Ajzen (1991) propone la teoría del comportamiento planeado, comportamiento organizacional y proceso de decisión el cual es utilizado para estudiar las intenciones emprendedoras, cuenta con tres factores determinantes que ayudan a explicar cada acción del individuo en un determinado momento.

2. FIGURA 2. Modelo de la teoría del comportamiento planeado



Fuente: Azjen (1991).

- Actitud hacia la conducta. Es el grado que el individuo valora ser empresario si lo ve como algo favorable o desfavorable.
- Norma subjetiva. Es la presión que el entorno ejerce sobre el individuo para realizar o no un emprendimiento, entorno familiar, amigos y compañeros o la sociedad que aprueben o decidan en convertirse en empresario.
- Control conductual percibido. Es la viabilidad o dificultad que percibe el individuo para poder realizar un emprendimiento. Esto se ve afectado por la experiencia que puede ser buena o un obstáculo más.

El factor principal de esta teoría recae en la intención para realizar determinado comportamiento la intención permite conocer los factores motivantes que influyen para realizar cierto comportamiento, que indica con qué esfuerzo se realiza alguna actividad. La persona tiene la opción de realizar o no dicha conducta.

Existen distintos factores que son necesarios para lograr dichos comportamientos como lo son la disponibilidad de oportunidades y recursos como lo son el tiempo, dinero, habilidades entre otros. Ajzen 1985 Al conjuntar dichos factores con una gran intención se cuenta con un éxito asegurado. El control del comportamiento percibido juega un papel importante dentro de esta teoría ya que al analizarlo junto con la intención se puede predecir un comportamiento.

Dicha teoría propuesta por Azjen (1991) considera importante las actitudes y características como antecedentes del comportamiento. En este sentido se puede justificar por qué se pretende trabajar con esta teoría en la investigación de tesis doctoral porque como menciona en las definiciones y estudios que el intraemprendimiento se visualiza desde una perspectiva organizacional y al individuo, en este contexto se incluyen ambas perspectivas con la finalidad de mostrar el multinivel de la naturaleza del intraemprendimiento como se ha venido mencionando que es un proceso ascendente donde los empleados incorporan comportamientos, actitudes y características relacionadas con el intraemprendimiento reconociendo y aprovechando oportunidades, siendo innovadores, proactivos, tomando riesgos, incertidumbre para que la organización pueda implementar nuevos productos, nuevos procesos, iniciar la auto renovación, aventurarse a desarrollar nuevos negocios con el fin de mejorar competitividad en el mercado en el que se desenvuelve y mejorando el desempeño organizacional.

Otro punto importante al seleccionar esta teoría como base para realizar la investigación es porque se han encontrado estudios cuantitativos actuales de las relaciones entre los factores que influyen en el comportamiento intraemprendedor no siempre son muy claras y como propuesta de las futuras líneas de investigación encontradas proponen implementar esta teoría con el fin de conectar los factores del emprendimiento corporativo encontrados en la revisión de la literatura.

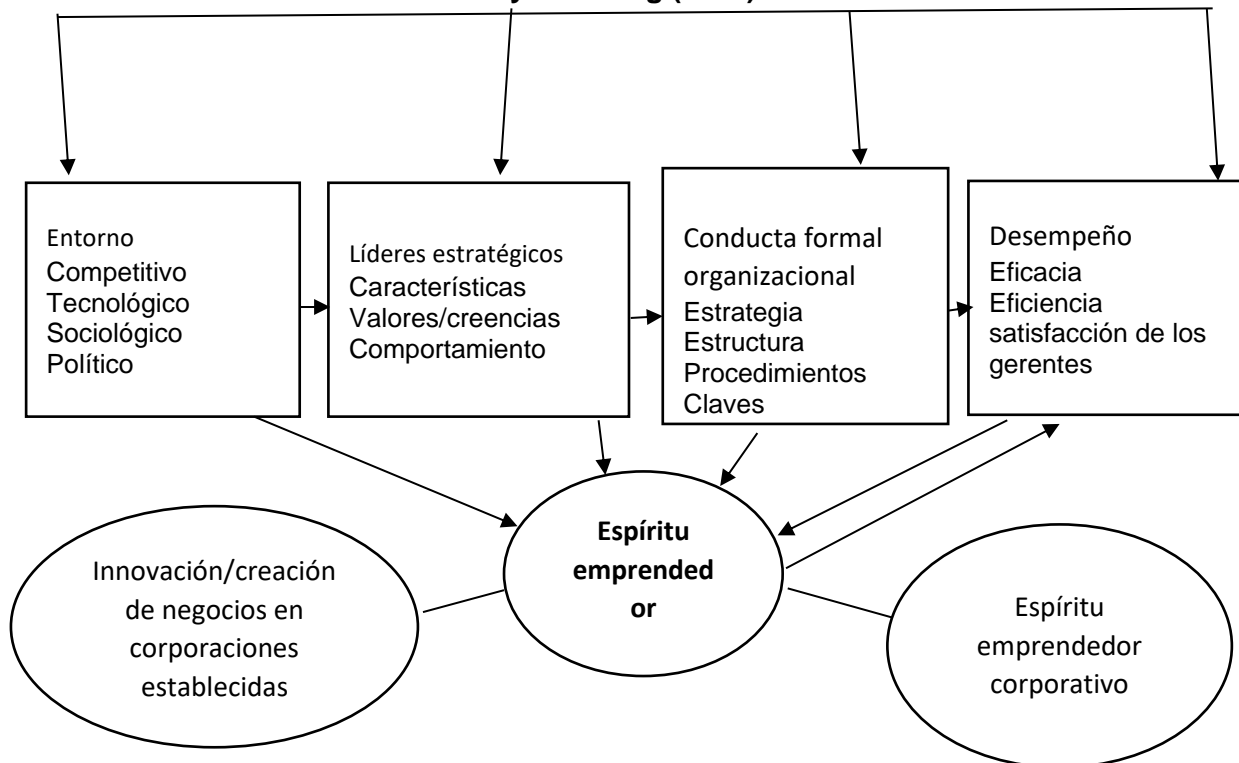
2.2.3 modelos de intraemprendimiento

2.2.3.1 Modelos de Guth y Ginsberg (1990).

Se muestran los siguientes modelos relacionados con el intraemprendimiento en las organizaciones, dentro de los cuales existen conceptuales y empíricos, de acuerdo a la revisión previa de la literatura se enlistan de forma cronológicamente los principales modelos de los autores con características importantes, estos modelos ayudaran para la comprensión y presentación de información en relación al emprendimiento corporativo.

El modelo presentado en la figura 1 muestra las diversas relaciones en relación al comportamiento intraemprendedor, muestra sus 4 antecedentes fundamentales que son del entorno a la organización, la existencia de líderes estratégicos, la conducta o estructura organizativa y el desempeño de la organización, dicha influencia en las variables queda reflejada en el modelo con las flechas indicadas al comportamiento intraemprendedor.

3. FIGURA 3. Modelo de Guth y Ginsberg (1990)



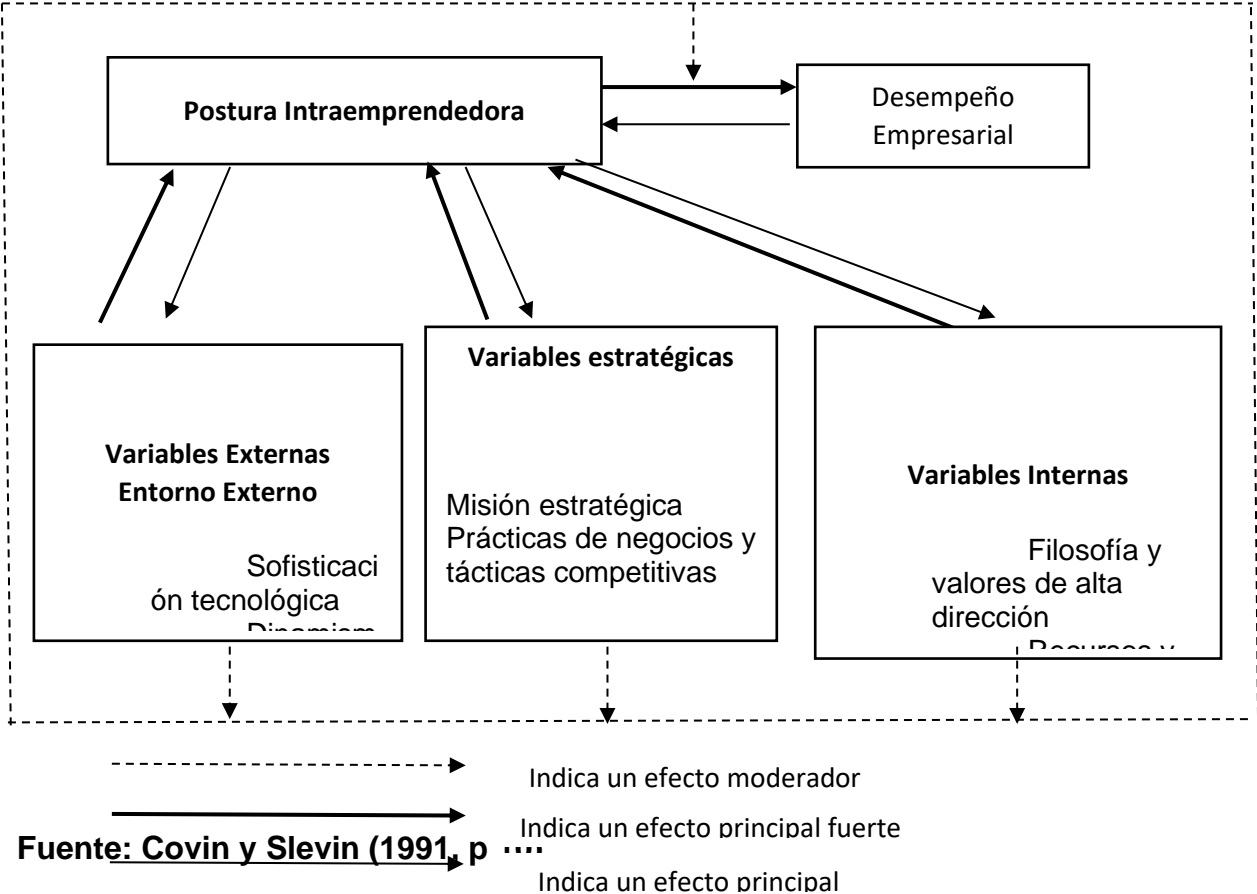
Fuente: *Modelo de Guth y Ginsberg (1990)*

3.2.3.2 Modelo de Covin y Slevin (1991).

El modelo de Covin y Slevin (1991) figura 3 propone un modelo conceptual a través de revisión de diversos autores explica en relación al comportamiento intraemprendedor, menciona tres comportamientos en la organización, la alta dirección asume riesgos, amplitud y frecuencia de innovación de productos y la empresa toma la forma proactiva para la competencia en la industria.

La acción emprendedora repercute de manera directa en el desempeño organizacional y se ve afectada por características del entorno, como es sofisticación tecnológica, dinamismo, hostilidad y el ciclo de vida de la industria, etc. Queda afectada por variables internas valores, filosofía etc., muestras variables y la intensidad que produce dicho efecto.

4. FIGURA 4. Modelo de Covin y Slevin (1991)



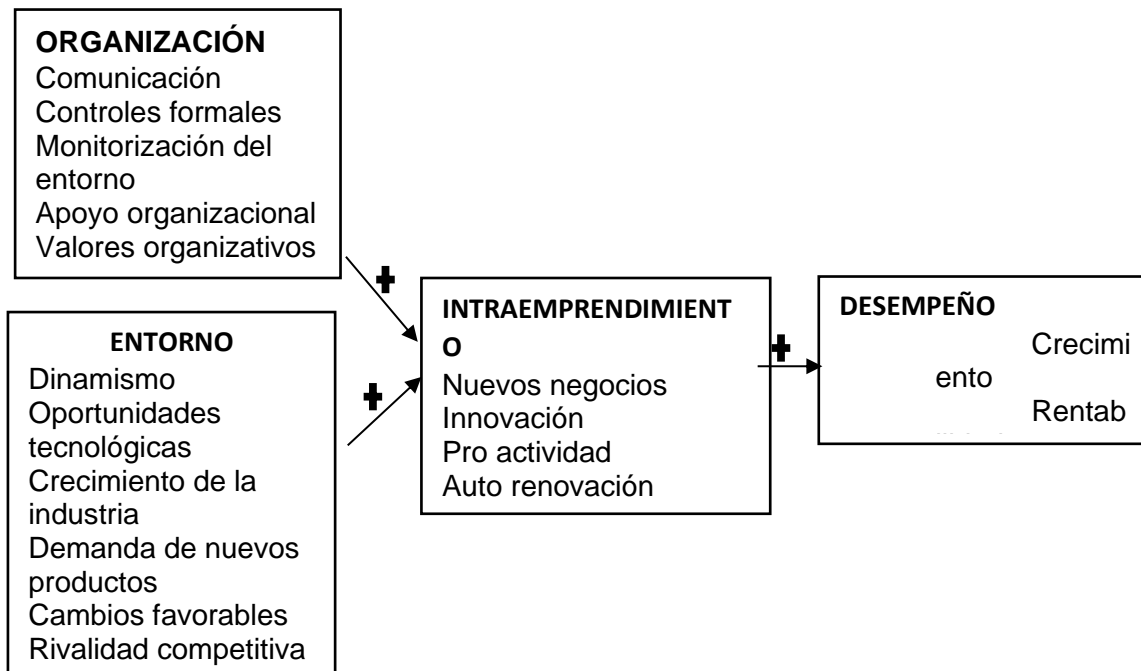
2.2.3.3 Modelo de Antoncic y Hisrich (2001).

El modelo propuesto por Antoncic y Hisrich (2001) como se muestra en la figura 5 investigación realizada de forma empírica, desarrollando un instrumento para la medición del intraemprendimiento, la explicación del modelo relaciona las características internas de la organización y las externas de acuerdo al entorno del emprendimiento. Apoyando la comprobando dicha información que Zahra (1993) probó las variables agregando el aspecto financiero, creación de nuevos negocios, innovación, auto renovación. En donde estos investigadores mejoran dicho modelo con la dimensión de pro actividad.

Las características organizacionales mencionadas por los autores son sistemas de comunicación, mecanismos formales, intensidad en la monitorización del entorno, apoyo de la organización en actividades de emprendimiento y valores organizativos. Mientras que el entorno eterno muestra el dinamismo, oportunidades, demanda de nuevos productos, cambios favorables coinciden los autores que influyen en su afectación de manera positiva al comportamiento intraemprendedor

De igual forma definen la variable intraemprendedor está conformada por cuatro dimensiones, creación de nuevos negocios. Innovación, auto renovación y pro actividad enfocando en términos de crecimiento y rentabilidad es decir que afecta positivamente el desempeño. Concluyen en su modelo la relación entre el intraemprendedor y los factores organizacionales y los factores del entorno, además de contrastar la variable como el tamaño o la edad de la organización, la estrategia global o la industrial no afectan al modelo siendo variables tomadas como de control y no aparecen en el modelo por considerar que no influyen.

5. FIGURA 5. Modelo de Antoncic y Hisrich (2001).

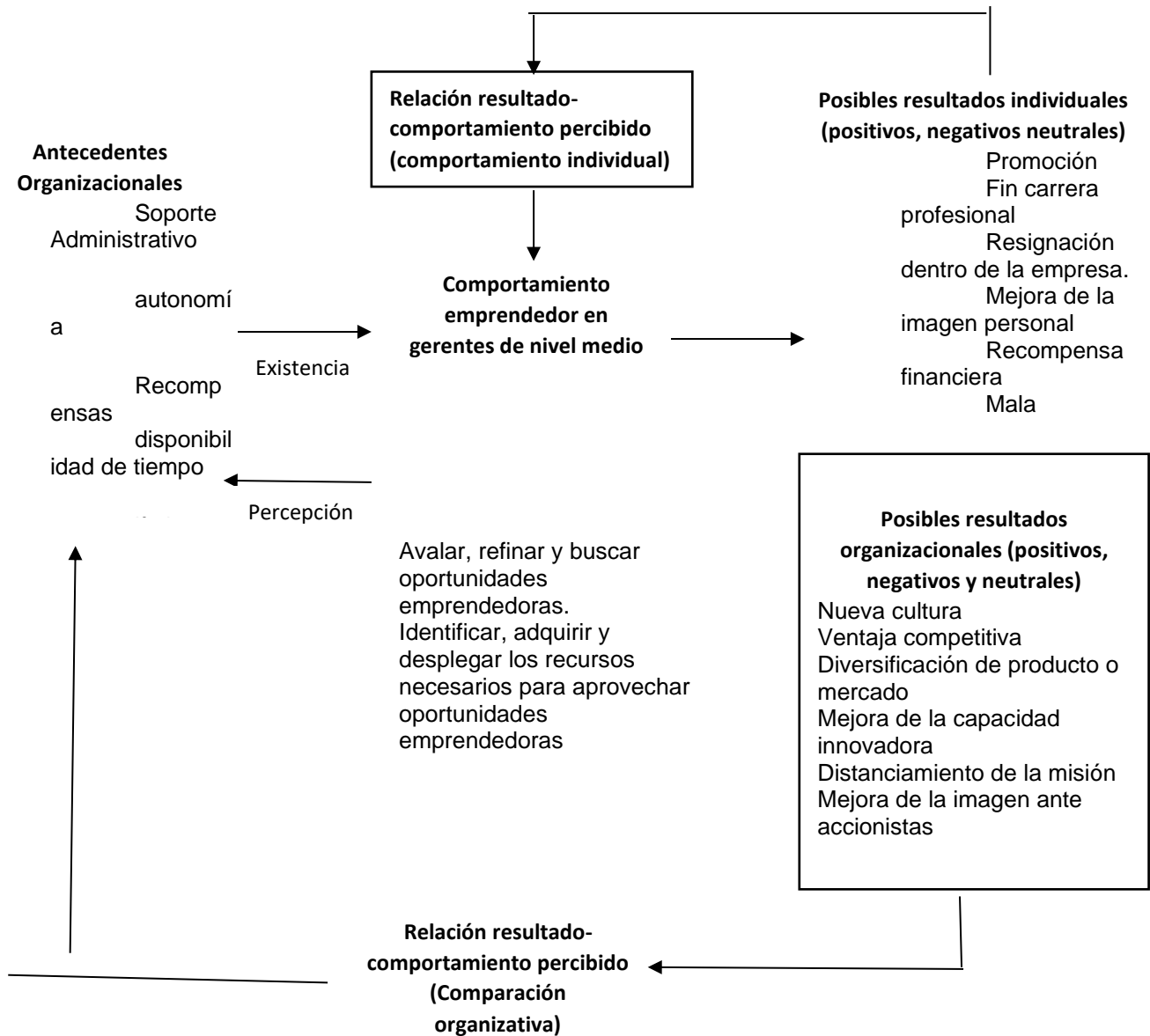


Fuente: Antoncic y Hisrich (2001)

2.2.3.4 Modelo de Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby (2005).

En la figura 6 representa su modelo de acuerdo a la portación de diversos autores, planteando su modelo teórico enfocado a los factores organizacionales que impulsa el intraemprendimiento, en donde integran el conocimiento en entorno al fenómeno y el planteamiento de que los gerentes de nivel medio ciertamente poseen una postura intraemprendedora confirmándose de manera positiva (Kuratko, 2005; Kuratko y Audretsch, 2013). Tomando como parte importante los factores internos, autonomía, recompensas, disponibilidad de tiempo a los empleados etc.

6. FIGURA 6. Modelo Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby (2005).



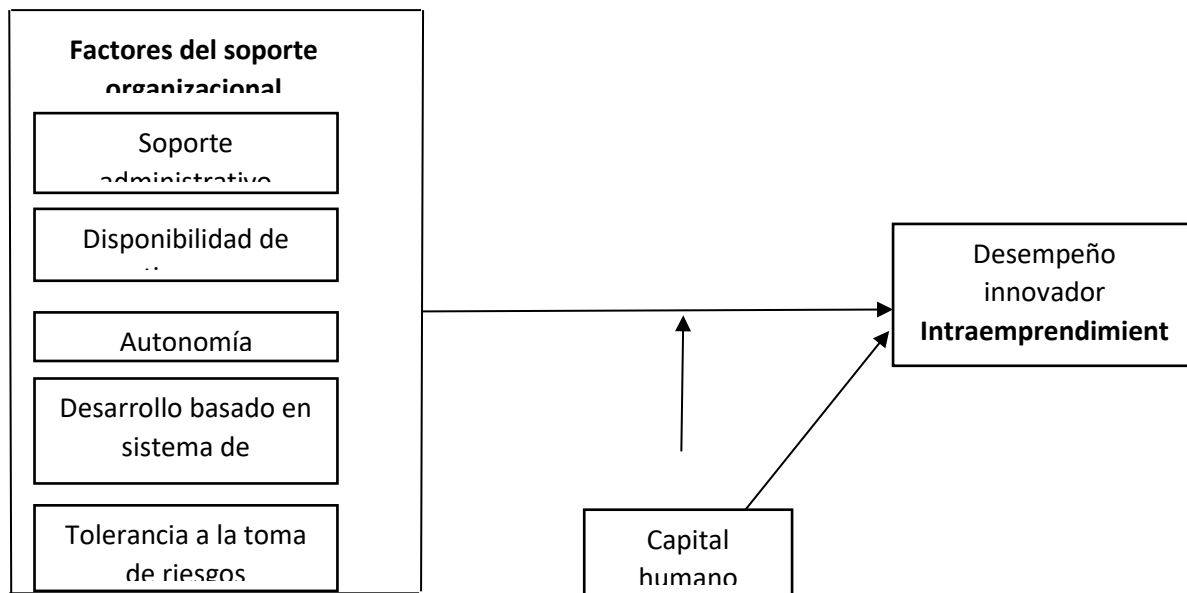
Fuente: **Modelo Kuratko, Ireland, Covin y Hornsby (2005)**

2.2.3.5 Modelo de Alpkán, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010).

El modelo propuesto por Alpkán, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010). Se muestra representado en la figura 7 realizado a través de resultados empíricos, siendo su finalidad el medir los efectos de directivos e interactivos del apoyo organizacional y

del capital humano en el desempeño innovador en empresas manufactureras. En donde la diferenciación de los otros modelos es que incorpora elementos referentes al capital humano de las empresas, siendo sus resultados intermedios en relación a la innovación y el desarrollo general de la empresa.

7. FIGURA 7. Modelo Alpkán, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010).

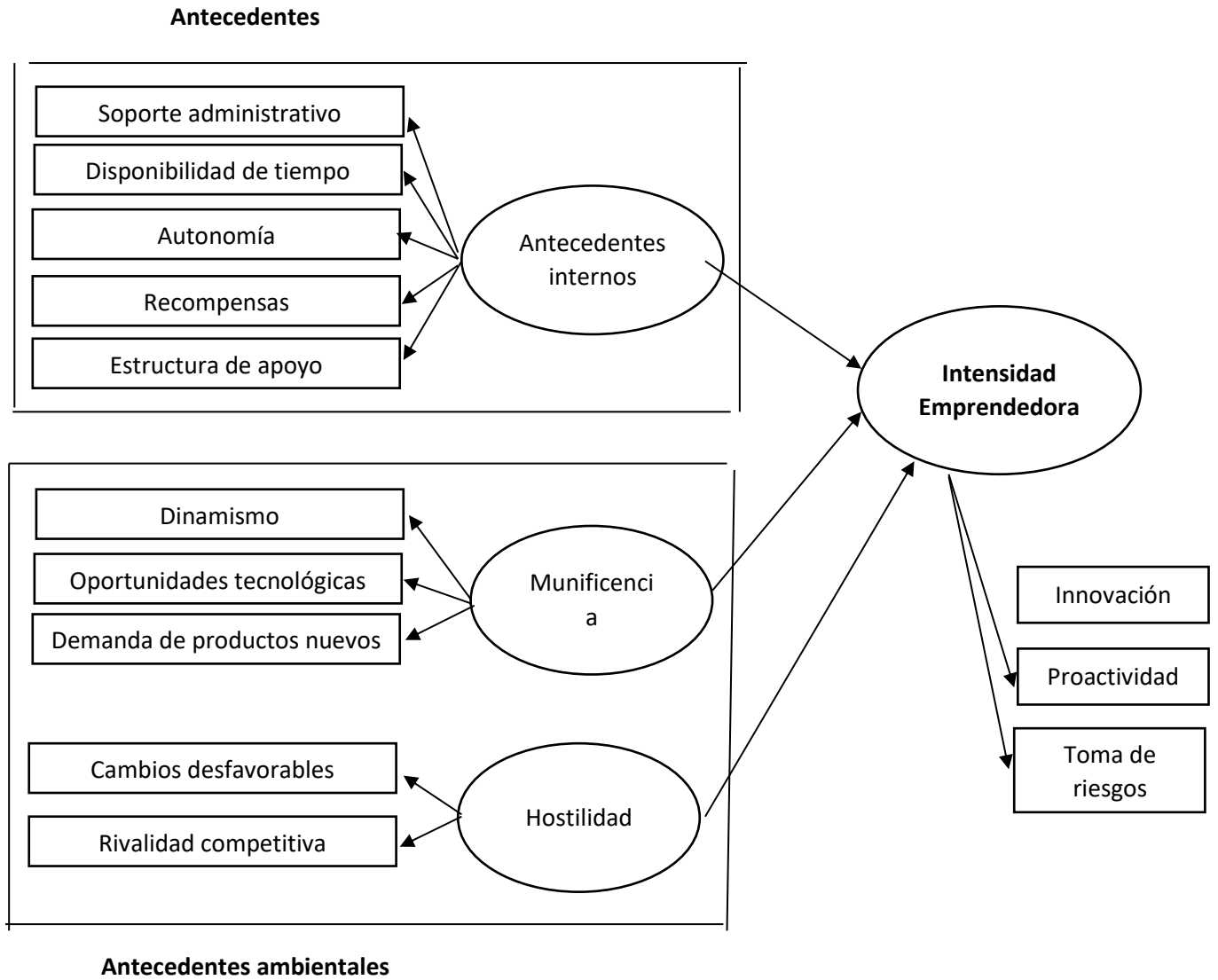


Fuente: *Alpkán, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010).*

2.2.3.6 Modelo Modelo De Villiers-Scheepers (2012)

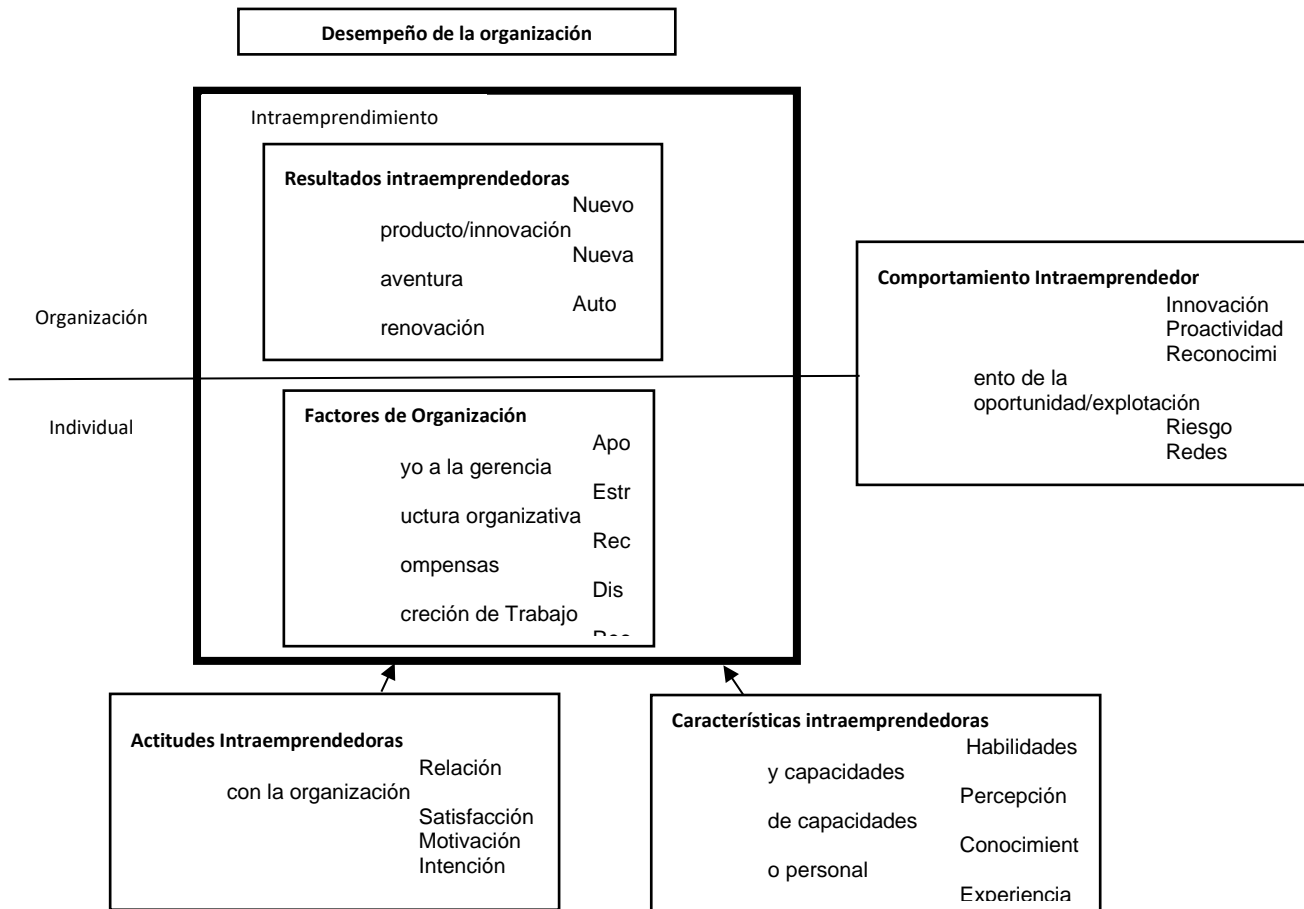
El modelo propuesto por De Viellers-Scheepers (2012) como se muestra en la figura siete al estudiar el comportamiento intraemprendedor construye su modelo a través de los modelos y autores ya mencionados (Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; Guth y Ginsberg, 1990; Kuratko, 2005; Zahra, 1991). La diferencia radica en que la mayoría de los estudios de emprendimiento se basan en las teorías de economía desarrollada, es así como marca la diferencia enfocando su modelo a economías emergentes siendo que no había sido probado hasta el desarrollo y validación empírica en empresas sudafricanas.

FIGURA 8. Modelo De Villiers-Scheepers (2012)



Fuente: De Villiers-Scheepers (2012)

8. FIGURA 9. Modelo como marco de referencia del Intraemprendimiento

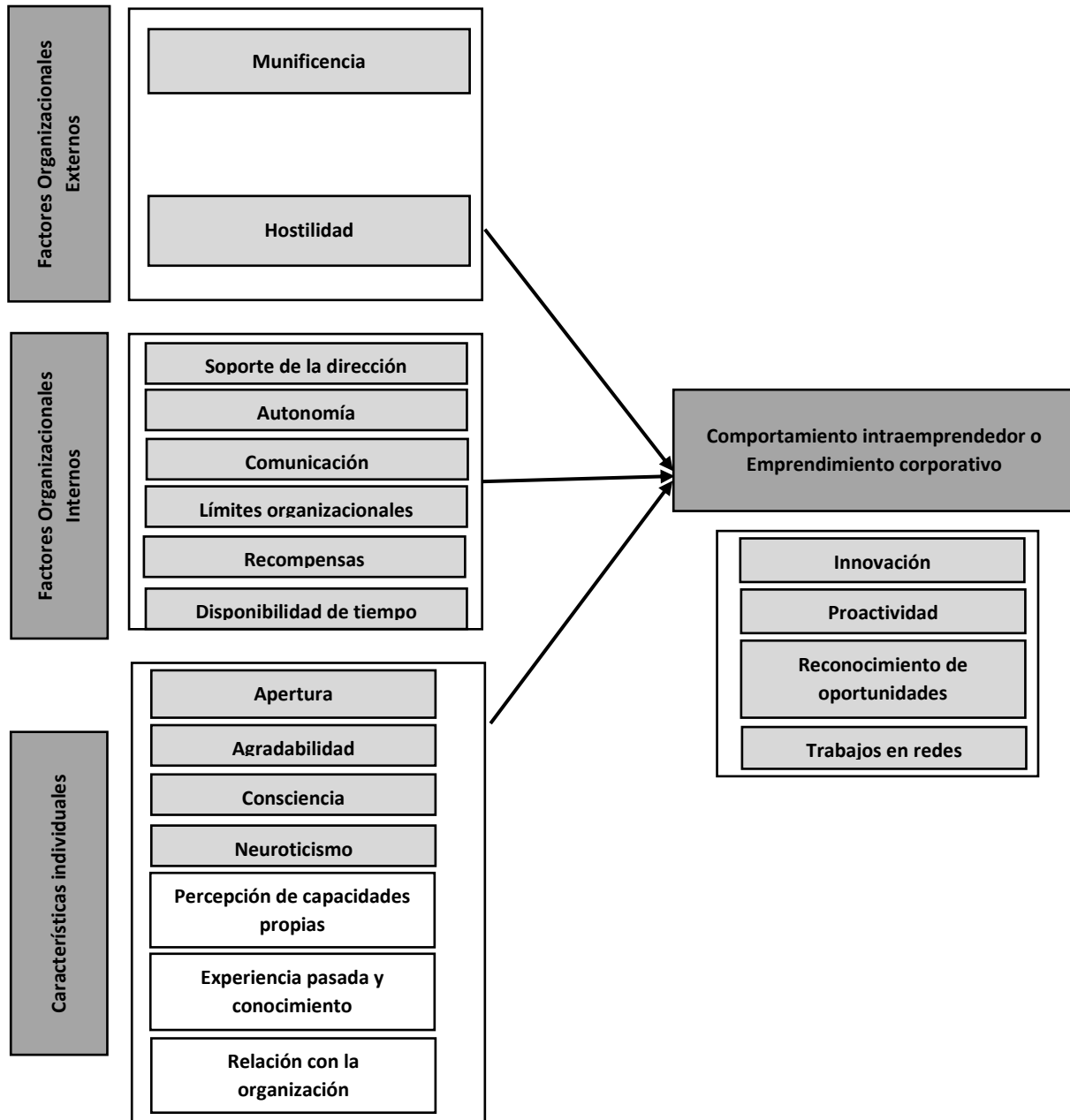


Fuente: Neessen, Caniëls, Vos y Jong (2019)

El modelo exploratorio con relación al intraemprendimiento muestra la importancia del comportamiento intraemprendedor dentro de las organizaciones, en donde se consideran diversas variables y sus dimensiones con el fin de entender la incidencia de las organizaciones para dichas acciones, en donde se debe de proveer de los recursos y conocimientos. Los factores considerados de la organización son moderadores de la relación estrechamente entre los empleados y los resultados del comportamiento intraemprendedor. En donde las características, actitudes y el comportamiento de los empleados son las que facilitan o inhiben para actuar a realizar las acciones.

Modelo propuesto con base a la revisión de los modelos

9. FIGURA 10. Modelo Intraemprendedor sector Comercio, Municipio Ensenada



Fuente: Elaboración Propia.

2.2.4 Factores Organizacionales Internos.

Hipótesis.

Para el desarrollo de la presente investigación sobre emprendimiento corporativo se identifican factores organizacionales internos y externos que impulsan o inhiben la acción emprendedora. A continuación, se presentan las variables o constructos de entrada que en base a la literatura son aplicables en el contexto donde se pretende realizar la investigación de la Empresa.

Como se mencionó en la definición del problema la investigación se desarrolla específicamente en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California, dado a los vacíos existentes para retomar futuras líneas de investigación.

Factores Organizacionales Internos

Dentro de la revisión de la literatura del intraemprendimiento en los antecedentes se identifica la importancia de los factores internos que coadyuvan que se pueda generar dicha acción emprendedora Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; Guth and Ginsber, 1990; Ireland ,2009, Kearney,2013, Kuratko y Audrestch,2013: Kuratko,2014; Galvan y Sanchez, 2017,2018, donde se contemplan diversos factores que van desde el área de liderazgo, organizacional, principios de la empresa, políticas reglamentos etc (Villiers-scheepers,2012).

Se define que los factores organizacionales están compuestos por elementos que cuenta la misma organización, así mismo Covin y Slevin (1991) definen variables internas que están relacionadas con la filosofía y administración que aplica: valores, creencias y estrategias. Y los recursos organizacionales como: monetarios, equipo, habilidades, la cultura organizacional: valores, creencias, actitudes en relación al individuo y por último la estructura organizacional que establece comunicación, relación y centralización o descentralización.

Pueden considerarse capacidades organizacionales para el intraemprendimiento definida por Kuratko (1990) donde especifica 3 variables lo que es apoyo a la

gestión, soporte de la administración y la estructura organizacional y recompensas, siendo en investigaciones futuras retomando la investigaciones en conjunto con Hornsby, Kuratko y Montagno (1999) a través de su estudio realizado identifica nuevos elementos para la conducta intraemprededora, desarrollando variables como autonomía y disponibilidad de tiempo para el desarrollo de nuevas ideas. En donde en el 2002 realiza un estudio para evaluar el instrumento del emprendimiento corporativo, y revisada y adecuada con trabajos posteriores por Kuratko (2014).

Es posible tomar las diversas variables que están intrínsecamente relacionadas con las capacidades gerenciales, es decir como la parte gerencial ayuda o contribuye a que se pueda realizar dichos emprendimientos dentro de la organización y estas dimensiones o factores son, soporte a la administración, autonómica, estructura organizacional, recompensas y disponibilidad de tiempo refiriéndose a los aspectos valores, cultura y el ambiente que se desarrolla dentro de la organización, y así como la otra variable incorporada como lo es la innovación que es un factor determinante ya que todas las organizaciones deben practicar dicha acción para seguir teniendo durabilidad en un mercado tan competitivo.

2.2.4.1 Soporte de administración.

Como soporte a la administración que hace referencia a la voluntad de la autoridad superior en la promoción del intraemprendimiento, las ideas nuevas emprendedoras que identifiquen y propongan los empleados, la guía de acompañamiento para que se puedan realizar (Kuratko, 1990).

Así mismo Badoiu, Segarra-cipres y EscríG-Tena (2020) Se refiere a la medida en que los directivos de la organización apoyas al talento humano para que puedan facilitarle de recursos para la intención de llevar acciones intraemprededoras a través de ideas innovadoras y proyectos empresariales.

Mientras que para Miller (2015) la importancia dentro de las organizaciones se debe de llevar a cabo programas de emprendimiento corporativo con el fin de impulsar al talento humano a realizar proyectos innovadores respetando los límites y

presupuestos que la empresa estable para el apoyo a dichas acciones de emprendimiento.

En la autoridad gerencial menciona De Villiers-scheepers (2012) que la clave está en que los empleados perciben al intraemprendimiento ya que cada individuo tiene la capacidad de generar unas ideas innovadoras en beneficios propios o a favor de la organización.

La conducta de la autoridad o altos mandos de una organización Duncan (1998) menciona en el soporte a las ideas a los empleados, se encontraba limitada con la capacidad de recursos que contaba la empresa, en donde los ejecutivos decidieron iniciar proyectos nuevos y resultó positivo. Hace hincapié que el soporte de la administración al emprendimiento tiene que ser coordinador por departamentos, como los que se encuentran en actividades normales, manufactura o en calidad en donde deben de cumplir los procesos ya establecidos en cada una de las actividades (De Villiers-Scheepers 2012).

Cabana, Narea, y Orrego (2018) proponen a través de su modelo que los miembros de la organización a través del apoyo a la dirección tienen una influencia positiva para la generación del emprendimiento.

Tabla 7. Soporte de administración

Autor	Concepto	Sector	Método	Resultado
Hornsby Kuratko, Hol y Wales (2013)	La administración para facilitar y promover el comportamiento emprendedor, ideas innovadoras, recursos que las personas requieren para emprender.		Evalúan el constructor y la validez convergente del emprendimiento corporativo para el desarrollo y reestructura de la escala.	Arrojan los resultados que las variables soporte a la administración, recompensas disponibilidad, autonomía explican el emprendimiento corporativo, mientras que en la estructura organizacional no se pudo agregar. Mientras que el soporte a la

				administración es el más relacionado.
Cabana, Narea, y Orrego (2018).	Analizar los factores organizacionales que influyen en la conducta intraemprendedora de los trabajadores Región Coquimbo en Chile	Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) de la Región Coquimbo en Chile	Se presenta un modelo cuyos resultados se comparan con aquellos de métodos de ecuaciones estructurales basado en covarianzas.	Apoyo de la dirección asociadas a los resultados logrados y la incertidumbre en el puesto de trabajo, factores que explican en un 62% la varianza de la identificación organizacional que tiene el trabajador con su empresa, y ésta a su vez explica en un 51% la varianza de la conducta intraemprendedora
Galván y Sánchez (2018)	Representa la descentralización del poder en la toma de decisiones.	Sector de servicios de transportación de pasajeros en el noreste de México	Muestra de 144 empleados resultados fueron tratados por medio de un análisis multivariante de correlación y de regresión lineal múltiple.	Los resultados sugieren un impacto positivo y significativo del soporte administrativo y la disponibilidad de tiempo en el intraemprendimiento

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados

Lo anterior hace referencia a que existe una relación positiva entre el soporte brindado por altos mandos para el desarrollo de nuevas ideas y el comportamiento intraemprendedor, en tal sentido es pertinente probar que:

H1. El soporte de la administración facilita significativamente el comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.2 Autonomía.

Este factor organizacional denominado discreción de trabajo o autonomía por Kuratko (2005), donde menciona el compromiso por parte de los gerentes por tolerar el fracaso, brindar libertad, toma de decisiones, delegar autoridad y poder a los gerentes de nivel intermedio, es decir que proporcionan niveles de autonomía que permite descentralizar el poder para dirección de la organización.

Badoiu, Segarra-cipres y Escrig-Tena (2020) se define como la tolerancia que tiene la organización para el fracaso y así como las responsabilidades de los directivos a los empleados.

Soporte de la administración y autonomía se mide por la percepción de los empleados, es decir la capacidad que se tiene dentro de la organización y que dependerá del ambiente que se perciba dentro de la organización, en donde permita explicar al personal para impulsar el cambio de innovación, desarrollar la motivación y visión emprendedora en donde ellos cuentan con el grado de libertad para generar acciones intraempresariales (Galván y Sánchez, 2017).

Así mismo la autonomía va con el compromiso de los altos mandos en la relación a la organización, no debe verse afectado por la libertad, delegación de poder a los subordinados, no tener supervisión excesiva Kuratko (2010). Para las acciones que se promuevan dentro de la organización debe estar integrada por la confianza, motivación, por estimular el intraemprendimiento a través de la flexibilidad de los altos mandos, permita la libre toma de decisiones a los empleados en relación a sus trabajos, siendo un factor importante en la autonomía (Covin y Slevin, 1991); (Apkan, 2010).

Cuando existe la autonomía por los empleados y son tomadores de decisiones para llevar acciones que impacten positivamente a la organización, proyectos nuevos, es denominado comportamiento intraempresarial menciona De Viellers-Scheepers

2012). Cuando los empleados cuentan con libertad laboral tienden a generar ideas creativas en beneficio de la organización (Kuratko, 2014).

Tabla 8. Estudios Empíricos sobre Autonomía

Autor	Concepto	Sector	Método	Resultado
Alpkan, Bulut, Gunday, Ulusoy y Kilic (2010)	Enfocado a nivel de descentralización o la autonomía de toma de decisiones para gerentes y empleados de nivel inferior	Empresas manufactureras en Turquía del sector automotriz, textil, metalúrgico, químico y Servicio eléctrico	Correlación simple y análisis de regresión en 184 observaciones	Resultado positivo de factores como el soporte administrativo, los autores descubrieron que en el sector y contexto de análisis, la autonomía influye negativamente en el desempeño innovador de la empresa.
Hornsby, Kuratko, Holt y Wales (2013)	La administración para facilitar y promover el comportamiento emprendedor, ideas innovadoras, recursos que las personas requieren para emprender.		Evalúan el constructor y la validez convergente del emprendimiento corporativo para el desarrollo y reestructura de la escala.	Arrojan los resultados que las variables soporte a la administración, recompensas disponibilidad, autonomía explican el emprendimiento corporativo, mientras que en la estructura organizacional no se pudo agregar. Mientras que el soporte a la administración es el más relacionado.
Galván y Sánchez (2018)	Representa el grado de descentralización del poder en la toma de decisiones	Sector de servicios de transportación de pasajeros en el noreste de México	Muestra de 144 empleados resultados fueron tratados por medio de un análisis multivariante de	Relación positiva y significativa entre el nivel de intraemprendimiento con las recompensas y con la autonomía

			correlación y de regresión lineal múltiple.	brindada a sus empleados, en el sector transporte
--	--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados

En relación a la base empírica se puede decir que los empleados son generadores de ideas creativas dentro de la empresa siempre y cuando tengan la libertad suficiente para desarrollar, ejercer y tomar decisiones en beneficio de la organización por tal se puede decir que:

H2. La autonomía brindada a los empleados facilita significativamente el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.3 Límites Organizacionales.

A esta variable se le conoce como cadena de mando. Para ello se requiere que la información sea coordinada de manera correcta en toda la organización, lo que indica la identificación del reconocimiento de oportunidades en el entorno y de las ideas creativas en el entorno para realizar dicha acción Covin y Slevin (1991); Kearney (2010). En tal sentido cuando no se lleva a cabo correctamente, se identifica que es negativa ya que en el contexto existen cargos burocráticos o barreras que impiden llevar a cabo las ideas nuevas dentro de la organización Van Wyk y Adonisi (2012).

Para una buena administración efectiva la empresa debería tomar en cuenta las participaciones de forma descentralizada, en todo todos tengan la posibilidad de realizar dicha aportación, contar con canales de comunicación correctos y no barreras en cuestión de reglamentos Ireland (2009); Kearnnet (2010). En donde existen límites en la organización que impiden que se realice las ideas de forma adecuada, el desarrollo de la actividad intraemprendedora en las organizaciones completas y muy burocratizadas sería una labor imposible ya que inhibe a que los empleados detecten oportunidades. De Villiers –Scheepers 2012; Kuratko 2010. Por ello es de suma importancia que para lograr un mejor desarrollo organizacional es

tiempo que puedan dejar empresas tradicionales en donde impidan que se desarrollen innovaciones y generación de nuevas ideas.

Esta variable desde los estudios de Kuratko (1990) y estudiada en diversos contextos en su complemento Hornsby (2013) Indica que ciertos ítems relacionados al comportamiento intraemprendedor no se agrupan de forma adecuada en la mayoría de estudios realizados, a continuación, se muestra la siguiente tabla.

Tabla 9. Estudios Empíricos sobre estructura organizacional

Autor	Concepto	Sector	Método	Resultado
Hornsby, Kuratko Holt y Wales (2013)	Resultados en relación del trabajo organizacional y el desarrollo mecanismos antes tomar en cuenta las ideas innovadoras		Evalúa el contenido del constructo.	Los resultados indican la existencia de las fases organizacionales dominantes que dan paso al intraemprendimiento , soporte a la administración, recompensas, disponibilidad, y autonomía, el factor organizacional no logró agruparse para el estudio.
Van Wyk y Adonisi (2012)	No define	Sectores económicos diferentes Sudáfrica (Empresas de seguros de vida, de Tecnología, transporte y educación.	Correlación de análisis y regresión múltiple y modelado de ecuaciones estructurales 333 muestras en varias empresas	Los límites organizacionales representan una relación negativa y significativa con la capacidad de respuesta en el mercado de la empresa.es decir lo que contribuye es que los altos mandos son inflexibles tienen aportación negativa con la orientación del mercado
Galván y Sánchez (2018)	Representa el grado de descentralizaci	Sector de servicios de transportación	Muestra de 144 empleados	La estructura organizacional no logró la agrupación

	ón del poder en la toma de decisiones	de pasajeros en el noreste de México	resultados fueron tratados por medio de un análisis multivariante de correlación y de regresión lineal múltiple.	de sus diferentes ítems, por lo que no pudo ser evaluada. Adicionalmente, se procedió al uso del factor de soporte organizacional, cuyas cargas resultaron más significativas
--	---------------------------------------	--------------------------------------	--	---

Fuente Elaboración propia a partir de los autores mencionados

Para tal investigación es realizar un profundo estudio en relación a esta variable para el supuesto siguiente:

H3 La estructura organizacional Facilitan al comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.4 Recompensas.

Badoiu, Segarra-cipres y Escrig-Tena (2020) es reconocido como el sistema que utilizan las organizaciones para motivar a sus empleados frente a nuevos retos con el fin de conseguir resultados positivos dentro de la empresa.

Las recompensas a los empleados es un factor determinante en la organización ya que se encuentra ligado dentro de las acciones del intraemprendimiento (Kuratko, 1990). En los antecedentes de estudios se sigue contemplando la variable recompensas como un factor que contribuye dentro de las organizaciones en los empleados en generar acciones de innovaciones y pro actividad en término de comportamiento intraemprendedor (Viellers-Scheepers,2002); (Monsen, Patzel y Saxton, 2010) y (Galvan y Sanchez 2018).

Las recompensas en las organizaciones son como motivar al personal a través de los incentivos basados en esfuerzo, actividad empresarial y el éxito como lo menciona Kuratko 2014. El sistema de recompensas, incentivos, metas que sea medido por resultados ha sido por diferentes modelos emprendimiento corporativo que relaciona estrechamente a realizar la actividad emprendedora (Hornsby 2002; Kanter 1985) en relación a Duncan 1988 las recompensas para que sean exitosas

debe existir un comportamiento conservador, estabilizados, con la libertad de responsabilidades y recompensas altas motivan a los empleados a llegar a ser líderes.

Cuando los trabajadores se sienten recompensados de forma tangible o intangible por sus iniciativas, brinda estabilidad y seguridad a los empleados para lograr mejores ideas e innovaciones o búsqueda de nuevas oportunidades en beneficio de la organización (Brazael, 1996; Deprez 2018). Es decir, los factores de recompensa coadyuvan significativamente para que los trabajadores se sientan motivados a través de la organización (Galván y Sánchez, 2017; Wang, y Zhen, 2018).

El sistema de recompensas resulta importante dentro del emprendimiento corporativo, ya que al motivar a los empleados a través de recompensas muestra significativamente la generación de ideas entre los empleados. Galván & Sánchez (2017) encuentran una relación significativa entre las recompensas y el emprendimiento corporativo en términos de innovación y proactividad.

Tabla 10. Recompensas

Autor	Concepto	Sector	Método	Resultado
Cabana, Narea, y Orrego (2018).	Analizar los factores organizacionales que influyen en la conducta intraemprendedora de los trabajadores Región Coquimbo en Chile	Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de la Región Coquimb o en Chile	Se presenta un modelo cuyos resultados se comparan con aquellos de métodos de ecuaciones estructurales basado en covarianzas.	Es un factor que tiene significancia estadística sobre la identificación organizacional e influye de manera positiva en esta. Esto implica que la remuneración y los incentivos contribuyen a aumentar la fidelización de los trabajadores, por lo cual, planes de recompensas pertinentes a las necesidades de la fuerza laboral y con equidad interna y externa, alineados con los objetivos de la organización, motivará a los empleados a lograr un 100% de eficacia y por ende contribuirá directamente a las empresas que tienen objetivos vinculados con innovación y competitividad, lo que es consistente con lo

				expresado por García et al. (2012).
Galván y Sánchez (2017)	Representa el grado de descentralización del poder en la toma de decisiones	Sector de servicios de transporte de pasajeros en el noreste de México	Muestra de 144 empleados resultados fueron tratados por medio de un análisis multivariante de correlación y de regresión lineal múltiple.	Las recompensas, se encontró una relación moderada, que se explica en razón a que el estudio de las mismas debe ser analizado desde la perspectiva de las retribuciones de carácter intrínseco y extrínseco, ya que autores como Ryan y Deci (2000)

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados

H4: Las recompensas Facilitan al comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.5 Disponibilidad de tiempo.

Badoiu, Segarra-cipres y Escrig-Tena (2020) La disponibilidad en el tiempo su definición conceptual va encaminada al tiempo disponible que la organización le brinda al empleado para que pueda desarrollar innovaciones, proyectos empresariales con el fin de mejorar su entorno.

Esta variable organizacional interna indica la disponibilidad de tiempo para el desarrollo de nuevas ideas que se ha considerado como factor principal para la acción del intraemprendimiento Antoncic, 2007; Alpkán , 2010; De Villiers-Sheepers, 2012; Hornsby., 1990, Hornsby ., 2002; Kuratko., 1990; Kuratko y Audretsch, 2013). En donde las ideas nuevas e innovadoras de avance y crecimiento las personas deben de contar con el apoyo en la organización y disponibilidad de tiempo para desarrollar e incubar las ideas. (De Villiers-Scheepers, 2012).

El tiempo disponible coadyuva y motiva a los empleados a desarrollar ideas innovadoras, en donde los empleados perciben su carga laboral de sus actividades en la organización y el tiempo libre que disponen para generar las nuevas ideas Kuratko (2014).

La disponibilidad de tiempo que otorgue la organización a los empleados permitirá que pueda desarrollar ideas innovadoras y creativas, siendo en otro sentido no pudiera haberla generado por no contar con los tiempos libres. Es decir que la relación entre el tiempo libre y el trabajo impulsa a la acción intraemprendedora.

Tabla 12. Estudios Empíricos de la Disponibilidad de tiempo

Autor	Concepto	Sector	Método	Resultado
Van Wyk y Adonisi (2012)	evalúa dos variables relacionadas al tiempo: "tiempo suficiente"	Sectores económicos diferentes Sudáfrica (Empresas de seguros de vida, de Tecnología, transporte y educación.	Correlación de análisis y regresión múltiple y modelado de ecuaciones estructurales 333 muestras en varias empresas	El tiempo suficiente no logra predecir el comportamiento intraemprendedor al no mostrarse significativo. Por el contrario, tiempo inadecuado sí predice de forma negativa
Hornsby, Kuratko Holt y Wales (2013)	Resultados en relación del trabajo organizacional y el desarrollo mecanismos antes tomar en cuenta las ideas innovadoras		Evalúa el contenido del constructo.	La disponibilidad de tiempo está relacionada significativa y positivamente al emprendimiento corporativo
Galván y Sánchez (2017)	Representa el grado de descentralización del poder en la toma de decisiones	Sector de servicios de transportación de pasajeros en el noreste de México	Muestra de 144 empleados resultados fueron tratados por medio de un análisis multivariante de correlación y de regresión lineal múltiple.	La disponibilidad de tiempo resultó positivo para actos del intraemprendimiento

Cabana, Narea, y Orrego, (2018).	Analizar los factores organizacionales que influyen en la conducta intraemprendedora de los trabajadores Región Coquimbo en Chile	Pequeñas y Medianas Empresas (PyMes) de la Región Coquimbo en Chile	Se presenta un modelo cuyos resultados se comparan con aquellos de métodos de ecuaciones estructurales basado en covarianzas.	El tiempo disponible aparece como un factor que no tiene significancia estadística en el modelo base, tanto con identificación organizacional como relacionada directamente con la conducta intraemprendedora, o carencia de tiempo disponible no explica la baja contribución del recurso humano en el desarrollo e implementación de nuevas iniciativas para la producción de un nuevo producto o servicio innovador y/o proyectos para mejorar la productividad de los procesos y/o diversificación de la empresa para aumentar su valor económico.
----------------------------------	---	---	---	--

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados

Como se observa en los estudios empíricos, las aportaciones teóricas señalan que el tiempo libre que brinda la organización puede fomentar a que el empleado pueda realizar actos de intraemprendimiento, la evidencia de estudios empíricos no se ha podido comprobar en diferentes contextos, ya que inciden diversidad en los sectores, características propias de las empresas, en este sentido es comprobar si en el sector comercio puede darse la disponibilidad del tiempo.

H5: La disponibilidad del tiempo en los empleados facilita el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.6 Comunicación

La comunicación efectiva en términos de calidad y cantidad es un factor considerado importante para las acciones de emprendimiento mencionado por los modelos de (Antoncic y Hisrich 2001 y De Viellers-Scheepers 2012). Mientras que para Brown y Eisenhardt (1995) mencionan que la comunicación participativa es una de las terminantes como factor esencial dentro de la innovación, es decir se busca llevar a cabo la retroalimentación y la participación de los trabajadores, para evitar malos entendidos evitando la generación de las barreras o mala comunicación entre los mismos.

Kuratko (1990) considera que un ambiente adecuado para generar y desarrollar ideas es dentro de la empresa, en donde se evitan los controles corporativos y buscan mantener una cultura de confianza basada en el diálogo y la comunicación abierta. Esto contribuirá a la detección de oportunidades en el entorno, sino que también aumentará atender las situaciones o condiciones que se presente. Por ello la importancia de que los altos directos de las organizaciones mantengan una comunicación efectiva y así como el seguimiento en los empleados que genera confianza y seguridad en los mismos y que traer consigo beneficios para la organización en el alcance de los objetivos como empresa (Hornsby et al., 2002; Kearney et al., 2010).

H6: La comunicación en la organización facilita el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.4.7 Características Individuales.

Abbas y Wu (2019) en su estudio el papel moderador de la personalidad intraemprendedora y la relación con las características del líder y el comportamiento innovador, las características de los líderes humildes coadyuvan en los empleados a nivel individual de manera positiva para el comportamiento intraemprendedor entre ellas ofrece sugerencias para la organización y a los gerentes para maximizar la innovación.

Woo (2018) el estudio de los rasgos de personalidad para la adaptación de carrera para el intraemprendimiento, se realizó a través de un estudio transversal en empresas coreanas donde menciona son antecedentes del consenso teórico en los estudios de la actividad empresarial son predictores significativos los rasgos de personalidad en el intraemprendimiento pueden fomentar la adaptabilidad de la carrera para promover el espíritu emprendedor interno, lo cual juega un papel importante los rasgos de personalidad del empleado.

Solarte, Lema, y Guijarro, (2015) en el estudio del efecto del género del gerente y la cultura intraemprendedora en el rendimiento organizacional resulta interesante Para la realización de la investigación se utilizó una metodología cuantitativa con una muestra compuesta por 600 Pymes de la Región de Murcia, de las cuales 544 son gestionadas por hombres y 56 gestionadas por mujeres, donde los resultados muestran que en las pymes de Murcia que el género si tiene un efecto positivo sobre el rendimiento de la pyme y específicamente si es liderada por hombres esta tiene mejor rendimiento es decir aún existe una representación masculina en la gerencia que favorece el rendimiento de la organización es as como contribuir a los estudios de la pyme donde se fomentan las características intraemprendedoras que estás deben desarrollar para sostenerse.

H7: Las características individuales Facilita al comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.5 Factores Organizacionales Externos.

Los factores externos o también conocidos como ambientales o elementos del entorno, son considerados de entrada en los modelos de emprendimiento corporativo, Covin y Slevin 1991, Antoncic y Hisrich 2001; De Villiers-scheepers 2012, Ireland 2009; Kearnet 2013. Donde los elementos lo definen como aquellos factores externos que impactan en el funcionamiento de la organización.

Los factores externos inhiben o facilitan el intraemprendimiento depende en el lugar donde realiza las actividades como lo menciona Antoncic y Hisrich (2000) retomado

por Trujillo y guzmán 2008 en su estudio revisión del constructo del intraemprendimiento en donde el entorno externo es el escenario en donde los factores emergen o barreras que condicionan el proceso del intraemprendimiento.

En los antecedentes revisando el contexto externo se entiende por los factores políticos, sociales, económicos y de mercado, que ciertamente la empresa no tiene control de ellos, en ciertas ocasiones pudiera tener participación para modificar cierto factor a su favor, tiene mucho que ver la necesidad percibida para generar el emprendimiento dentro de la organización Ireland (2009).

Factores externos de las organizaciones como regulaciones, políticas gubernamentales, trabajo colaborativo con comunidades que afectan al emprendimiento corporativo, y su relación con los resultados de procesos de innovación para lograr ventaja competitiva. Bedoya (2017).

2.2.5.1 Munificencia.

En relación a esta variable Trujillo y Guzmán (2008). La consideran como munificencia "...generosidad o escasez de recursos críticos necesarios para una o más compañías que operan en un entorno" involucra distintos niveles de inestabilidad y cambios continuos en los mercados, que pueden traducirse en conjuntos de oportunidades disponibles que deben ser detectadas y aprovechadas por la organización en el entorno en el que se desenvuelven se crean habilidades para lograr la supervivencia en los mercados globalizados.

En este sentido se involucran niveles de inestabilidad y cambios en los mercados y así, un incremento en el dinamismo del entorno propicia la generación de oportunidades y, por ende, convoca a la creación de actividades de intraemprendimiento Trujillo y Guzmán (2008).

Brown (1995) sustenta que la percepción sobre disponibilidad de recursos por parte de las pequeñas empresas influye en la orientación emprendedora y por tal motivo hay un crecimiento. Ray (2004) a través de su postura afirmativa que mientras la organización se encuentre en un entorno magnífico, identificará oportunidades rentables, disponibilidad de recursos y por ende acceso a los mercados

internacionales. La munificencia determina las oportunidades y los recursos disponibles en el entorno y la competencia Ray (2004).

Baena y García (2018) mencionan a través de su estudio que las acciones gubernamentales para el favorecimiento de las acciones de emprendimiento ha generado impacto positivo, y que a su vez ha llevado acciones a comportamientos de intraemprendimiento por parte del personal de las empresas y organizaciones que conforman el tejido empresarial, gracias a estas acciones establece como una fuente de riqueza y generación de empleo en donde se debe agregar como un elemento importante a incentivar dentro de las organizaciones ya que genera un impacto socioeconómico y empresarial.

Toma en cuenta que desde las instituciones públicas cabe la importancia de impulsar y fomentar acciones de intraemprendimiento dirigidas a empresas industriales consideradas como el método de crecimiento empresarial. Recae la importancia en que sigan las medidas que promuevan nuevas iniciativas empresariales y consoliden las ya existentes Baena y García (2018).

Dentro de la implementación de las políticas públicas en el intraemprendimiento los rasgos identificados en las personas son, flexibilidad, autonomía en los puestos, innovación etc. Son cada vez más demandados por el mercado de trabajo con el fin de obtener ventajas competitivas que favorezcan la consolidación empresarial. (Baena; Liñan y Martínez, 2019).

La creación de los programas a través de las políticas públicas coadyuvan a generar el interés por llevar a cabo intraemprendimiento tal como menciona el programa creado IntraTEAM (Emprendiendo e innovación dentro de la empresa turística) es creado por el cabildo insular de Tenerife y está enmarcado dentro del programa 2016-2021 a través de ejes temáticos establecidos por el programa, se establece un procedimiento por el cual equipos de trabajo formados por empleados de las empresas participantes y miembros de las asociaciones empresariales del sector turístico aportan soluciones a estos retos a partir de su experiencia, el programa no se necesita desarrollar específicamente dentro de la empresa si no son

aprovechados por los miembros del sector favoreciendo a la innovación y actitudes intraemprededoras en las empresas (Baena; Liñan y Martinez, 2019).

H8. Los Municipios facilitan el comportamiento intraemprededor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California.

2.2.5.2 Hostilidad.

Autores como Antoncic y Hisrich (2001) mencionan que las organizaciones frecuentemente viven condiciones desafiantes en los entornos dinámicos en que se desarrollan y buscan adaptar una postura emprendedora. Por tal motivo deben generar una visión de competencia, oferta, demanda de nuevos productos y de tecnología para influir de manera positiva en el intraemprendimiento.

El entorno hostil que frecuentemente viven las empresas son consideradas como condiciones ambientales externas que usualmente pueden ser negativas o desfavorables y que son una amenaza latente para la organización autores como Antoncic y Hisrich (2001).

La rivalidad competitiva que enfrentan las organizaciones por recursos, oportunidades y clientes entre las diferentes empresas de un mismo sector es considerada indispensable cuidar para seguir permaneciendo en el mercado Antoncic y Hisrich 2001; Trujillo y Guzmán, 2008 y Zahra, 1991.

La competencia menciona Zahra (1993) cuando la rivalidad es fuerte, las empresas deben de buscar innovar en todas las áreas posibles como es desarrollo de nuevos productos, procesos, imagen, expansión de mercados, búsqueda de clientes, aplicar nuevas estrategias de competencia, innovación, estudiar a los competidores en este sentido al buscar el mejor aprovechamiento de los recursos genera a realizar acciones de emprendimiento de las empresas.

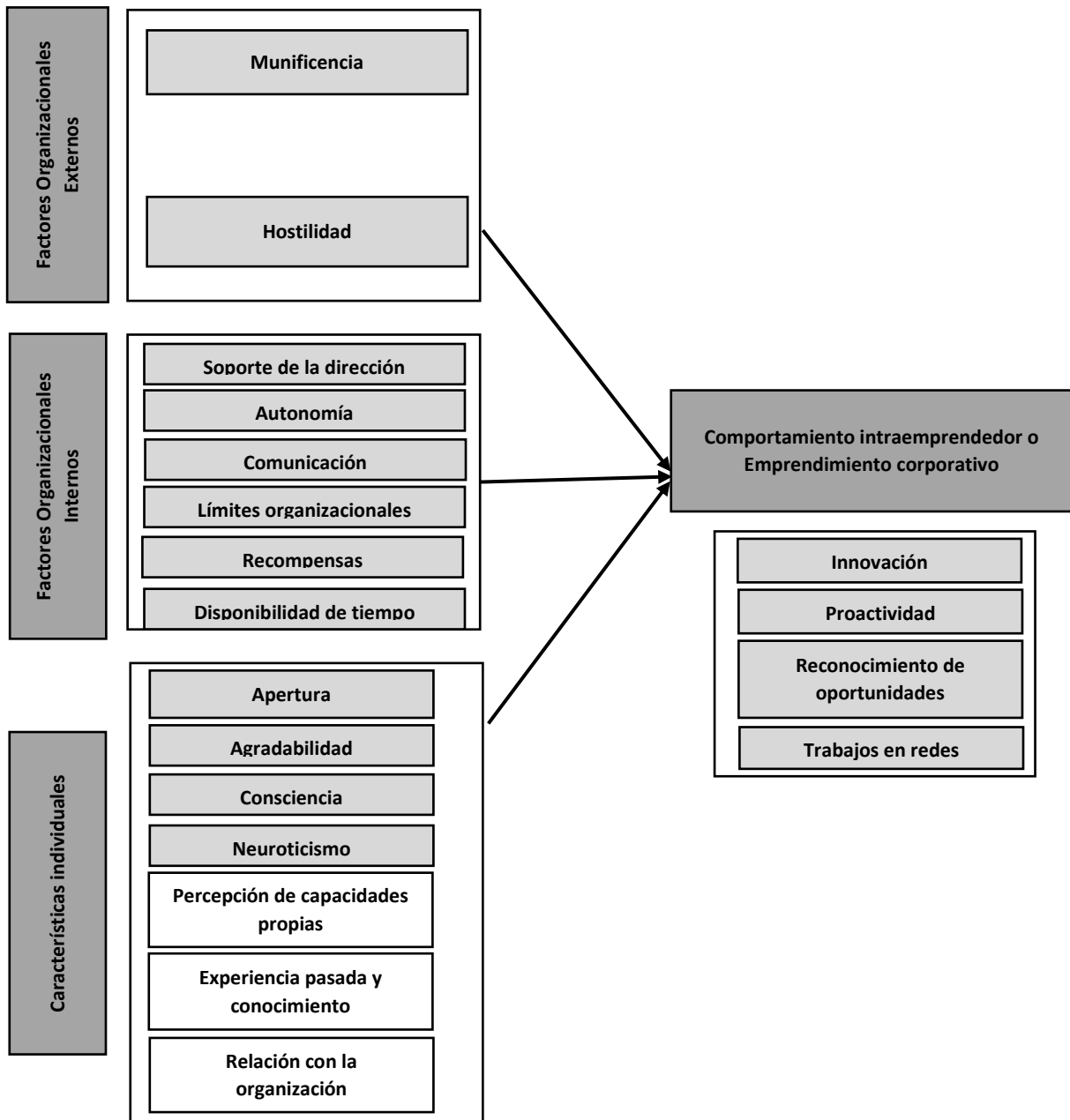
Cuando las organizaciones presentan rivalidad competitiva es importante por optar por aplicar estrategias que procuren la supervivencia en el mercado, con el desarrollo de nuevos productos, cambios de procesos, tecnología nueva o búsqueda de nuevos clientes y mercados, lo cual trae consigo un impacto positivo

para la motivación en los empleados en aportar ideas y generar acciones de intraemprendimiento (Covin y Slevin, 1991).

A través de la generación de una competencia correcta de las organizaciones en el mercado genera una menor dificultad para acceder a recursos como personal calificado, canales de distribución, adquisición de compra, posicionamiento en el mercado, entre otras condiciones favorables para la organización.

H9. La hostilidad facilita el comportamiento intraemprendedor en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada Baja California

10. FIGURA 11 Modelo Ex ante.



Fuente elaboración propia

El modelo Ex ante de la investigación se ha elaborado a partir de las hipótesis planteadas en donde de acuerdo a la información teórica se describen las relaciones

posibles a través de las variables mencionadas que facilitan positivamente para generar el comportamiento intraemprendedor dentro de las organizaciones.

El modelo Ex ante explica las relaciones de las variables para realizar acciones intraemprendedoras, en donde cada una de ellas facilita de manera positiva realizar acciones de emprendimiento en la organización, siendo así el fin de contrastar el modelo teórico, las hipótesis en el contexto a aplicarse si realmente se cumple de manera positiva cada una de las variables.

Para el intraemprendimiento dentro de las organizaciones es importante que se adapten e involucren en los mercados actuales con la creación, compras y conservaciones contando con una visión emprendedora dentro de la organización el cual impulsará de manera positiva a sus empleados estar en un ambiente dinámico cuyos resultados en función a estas acciones lograrían en ellos acciones de comportamiento intraemprendedor.

De igual forma para que las organizaciones generen este ambiente de intraemprendimiento deben acercarse a las políticas gubernamentales del país para identificar programas de apoyo en sus sectores para impulsar a sus empleados a acciones intraemprendedoras generando así un crecimiento empresarial competitivo.

Capítulo III

Metodología

En este presente capítulo de metodología se ofrece una descripción detallada de cómo se llevará a cabo el estudio del comportamiento intraempresarial en las medianas empresas del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California. En donde se menciona el diseño de la investigación, la población objetivo, muestra, el procedimiento de la construcción del instrumento y la conceptualización de los constructos.

3.1 Enfoque y Características del Estudio.

Hoy en día la comprensión y la explicación en los estudios de las ciencias sociales han tomado relevancia de acuerdo a los diversos procedimientos que existen, en donde se cuenta con una gran diversidad de herramientas y técnicas que coadyuvan a realizar una correcta reflexión sobre cuál sería la aproximación de estudio a aplicar, estos métodos contribuyen a entender de la realidad social (Arias, 2000).

Diseño y alcance de la investigación

Presente estudio que se desarrolla se plantea una metodología de diseño transversal no experimental y alcance la investigación explicativa, enfoque cuantitativo dominante, mientras el diseño de acuerdo a su clasificación “no experimental” o “Ex post Facto”, en donde de acuerdo a Kerlinger y Lee (1983), hace referencia a la investigación sistemática que ciertas variables independientes no se puede tener control sobre ellas porque ya ocurrieron los hechos, es decir se busca que la población o la unidad de análisis no serán expuestas a una modificación de sus condiciones ambientales, sino únicamente a la aplicación de un instrumento estructurado, todos aplicados en único momento en el tiempo por lo que se considera como un diseño transversal por la adopción de los datos.

Seguido en la fase explicativa es la realización de los procesos de validación de la investigación en lo que se busca la comprensión y la relación causal con cada una de las variables con la finalidad de explicar la acción con la variable dependiente en relación a las variables independientes (Henseler,2018), por lo cual de acuerdo

a las hipótesis planteadas en la investigación se busca explicar la inferencia significativa entre los factores organizacionales internos, externos y características individuales con el comportamiento intraemprendedor.

Siendo su alcance correlacional ya que busca medir la relación que hay entre dos o más variables, es decir analizar el comportamiento de una variable con el comportamiento de otra variable relacionadas lo cual pudiera ser considerado como predictivo buscando así el grado de relación no causal entre dichas variables o más mediante la prueba de hipótesis planteadas con la aplicación de pruebas estadísticas (Cazau, 2006).

El procedimiento de la investigación se desarrolló de la siguiente manera

- búsqueda de modelos teóricos/empíricos.
- Realización de las variables
- Desarrollo del modelo propuesto y desarrollo de hipótesis
- Construcción del instrumento de investigación
- Validación del instrumento de investigación
- Refinamiento del instrumento
- Aplicación
- Desarrollo de análisis estadísticos
- Modelaje de Ecuaciones estructurales Smart PLS.

3.2 Descripción de unidad de análisis.

De acuerdo a Borsotti (2007) menciona que “El conjunto de preguntas provisionarias sobre las que se ha decidido producir conocimiento contiene la unidad de análisis, que es una primera orientación sobre el tema de la investigación” (p.49). Descrito esto se puede decir que la unidad de análisis es un todo integrado por aquello que se propone como objetivo de investigación.

En este sentido de acuerdo a lo planteado y a la literatura teórica en temas de intraemprendimiento, dicho término juega un papel muy importante en el desempeño de las organizaciones, Siendo así el objetivo de la investigación analizar la influencia de los factores organizacionales internos, externos y las características

individuales de los empleados sobre el comportamiento Intraemprendedor. El estudio de los factores asociados recae en la importancia de ser aplicado en sectores específicos con el fin de atender la demanda de dicho fenómeno en empresas y mercados heterogéneos (Antoncic, 2007; Kuratko et al 2014).

La unidad de análisis de este estudio de investigación se encuentra focalizada a empleados que laboran dentro de las empresas del sector comercio del Municipio de Ensenada Baja California, es decir de acuerdo al objeto de estudio será en empleados administrativos, mandos medios y superiores en las empresas de giro de abarrotes, ferreterías, refacciones, papelerías etc.

3.3 Población, muestra y Marco muestral.

Las Empresas en México son consideradas como generadoras y promotoras del desarrollo económico, ya que en su mayoría son micro, pequeñas y medianas empresas su importancia y aportación radica en que el 99.8% son unidades económicas de lo ya mencionado, en donde aportan el 42% del producto interno bruto, y son las responsables de generar el 78% de empleos en el país (Forbes, 2018).

Así mismo menciona Prats, Cornelio, Franco (2019) citado por el informe Doing Business 2016, la realidad en México es que la burocracia es lenta y demasiada prolongada se necesita un promedio de 8 trámites que toman 14.6 días y suponen un desembolso de 11.4% de ingreso per cápita. Por lo que de acorde con el Reporte global de competitividad (GCR por sus siglas en inglés) México ha pasado del lugar 53 en 2013 al lugar 51 en 2018, lo que indica que el país ha progresado, pero sin embargo lo ha hecho a un ritmo lento en comparación de otros países. Se le atañe la reducción de la puntuación a la eficiencia gubernamental, así como a las instituciones privadas empeorando con deterioro en ética corporativa y responsabilidad. (Schwab, 2017).

Las micro, pequeñas y medianas empresas, se encuentran legalmente constituidas, con base a la estratificación establecida por la secretaría de economía, publicada

en el diario oficial de la federación (DOF) en el año 2002 donde de acuerdo a lo mencionado se estratifica de la siguiente manera.

Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (DOF, 2002).

Tabla 13 Estratificación de las Empresas

Estratificación por Número de Trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario oficial de la federación 2002.

De acuerdo al censo económico (INEGI, 2014), las actividades comerciales en México se clasifican siguiendo los criterios del sistema de clasificación industrial de América del Norte.

- 461 comercio al por menor de abarrotes, alimentos y bebidas
- 463 comercio al por menor de productos textiles, bisutería, vestir y calzado
- 465 comercio al por menor de artículos de papelería para el esparcimiento.
- 467 comercio al por menor de artículos de ferretería, tlapalería.
- 468 comercio al por menor de vehículos de motor, refacciones, combustibles (SICAN, 2018).

Una vez identificado al sector que se aplicará dicho instrumento se menciona a los sujetos de estudio.

- Personas mayores de edad.
- Mandos medios, superiores.
- Encargados de área.
- Personal administrativo.

De acuerdo a los datos disponibles la concentración de empresas en el municipio de Ensenada, Baja California, con las características del estudio de investigación se tiene un total de 583 Empresas (INEGI-DENUE, 2020).

Una vez determinada la muestra mínima, se realizó la visita a las empresas mencionadas como unidad de análisis en el Municipio de Ensenada, considerando de 3 a 5 personas por empresa para responder el instrumento de investigación planteado teniendo así un total de 333 aplicadas.

La unidad de análisis del presente estudio se encuentra delimitado a lo que se mencionó con anterioridad únicamente a las medianas empresas, del sector comercio cumpliendo con las características específicas a su giro, capacidad de empleados que nos mostraron el Directorio Estadístico Nacional de Unidades del Instituto Nacional de Estadística Geografía a junio 2020, concentrados y considerados en el Municipio de Ensenada y San Quintín, Baja California, con el fin de evaluar el fenómeno del comportamiento intraemprendedor retomando como fundamento la importancia de la evaluación de dicho tema en nuevos sectores y segmentos específicos (Kuratko,2014).

Con base en los datos disponibles de la población total se trazó una muestra estadística para la aplicación de cuestionarios de acuerdo a la fórmula de la población finita donde se representa de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde N representa el total de empresas en el municipio de Ensenada; Z tomó el valor de la constante para un nivel de confianza de 95%; e representó un margen

de error del 5%; p tomó un valor 0.5 -ya que se desconocía la totalidad de las empresas que presentan la característica buscada-; y tomó un valor de 1-p y por tanto fue igual a 0.5. Según estas condiciones, la muestra a considerar fue de 232 observaciones.

$$n = ?$$

$$e = 5\% = 0.05$$

Z = 1.96 (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad y 5% error) o

$$N = 583(\text{población})$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

Se desarrolla de la siguiente manera:

$$n: \quad (1.96)^2 (0.50) (1 - 0.50) (583) \\ (583)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (1 - 0.50)$$

$$n: \quad (3.8416) (0.05) (0.50) (583) \\ (583) (0.0025) + (3.8416) (0.50) (0.50)$$

$$n: \quad 559.9132 \\ (1.4575) + (.9604)$$

$$n: \quad 559.9132 \\ 2.4174$$

n: 232 Muestras representativas

Siendo así la aplicación mínima para la prueba piloto del 10% de la muestra representativa nos da un total de 23.

3.4 Descripción de instrumentos aplicados para la investigación.

Para dar paso a la definición operacional de las variables, es de importancia mencionar la pertinencia de la integración de cuestionarios para el diseño de investigación como ya se ha mencionado en textos anteriores el estudio va encaminado en continuar a las futuras líneas de los investigadores que han tratado de medir el grado de afectación de las variables organizacionales internas, externas que influyen en el intraemprendimiento o emprendimiento corporativo así como las

características individuales. Como se menciona en cantidad de estas escalas propuestas para el estudio de dicho fenómeno.

La escala a utilizar es Likert a cinco puntos considerando las siguientes respuestas y valores 1= Totalmente en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= Moderadamente de acuerdo, 4= De acuerdo, 5= Totalmente de acuerdo.

Para esta medición de variables se utilizó un solo instrumento estructurado por diversos autores con escalas ya validadas en otros sectores, en donde se adecuaron dichas preguntas al contexto del estudio, para su aplicación considerando las series de recomendaciones para lograr así la objetividad, veracidad y congruencia que exige el desarrollo de una buena investigación. Buscando la integración de las series de preguntas adecuadas para medir el respectivo constructo a través de la validación de expertos en el área o conocimiento en el diseño de la elaboración de un instrumento de investigación, así también aplicando una correcta traducción de cada ítem que contribuyo a eliminar las preguntas que pudieran generar algún tipo de sesgo.

En el primer apartado del instrumento es considerado como preguntas generales de la investigación donde podemos encontrar que interrogaciones como género, sector de la empresa, años en el mercado, edad del trabajador, ingreso mensual del trabajo, área de la estructura organizacional es decir el puesto que ejerce, escolaridad que son de importancia conocer del encuestado.

Seguido en las siguientes secciones se encuentra las escalas propuestas para la medición de la investigación de acuerdo a la investigación teórica se llega a la conclusión de utilizar dichas escalas ya que son representativas para el estudio del fenómeno del emprendimiento corporativo.

Para la estructura y construcción del instrumento se hizo una búsqueda teórica en los que respecta a la medición de escala y validez, así como la aplicación en diversos contextos, las aportaciones realizadas de dichos estudios con el fin de comprobar el comportamiento de las variables donde se mencionan los instrumentos retomados para la medición de dicho estudio. Escala de

emprendimiento corporativo Zahra (1993) (1991), Antoncic y Hisrich (2001), Escala basada en el instrumento *Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument* (CEAI) Validada por Kuratko et al (1990), Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Moriano et al., 2009 Razavi y Ab Aziz 2017; Galván, Sánchez y Sánchez (2019); Características Individuales John et al., 1999; Jeroen et al 2008. Considerados pertinentes para este estudio de investigación.

3.5 Escalas del comportamiento Intraemprendedor

En la presente tabla que se muestra hace una descripción de cómo se encuentra

Tabla 14. Escalas de medidas para esta investigación

Autor	Dimensiones	Ítems	Fundamento/Validación
Zahra (1993) "The corporate entrepreneurship scale"	Factores Organizaciones Externos: Munificencia, Hostilidad.	21	Antoncic y Hisrich (2001) Galván, Sánchez y Sánchez (2019)
Kuratko, Montagno y Hornsby (1990) "Intrapreneurial Assessment Instrument" Horsby, Kuratko y Montagno (1992) "Corporate entrepreneurship Assessment Instrument"	Factores Organizacionales Internos: Soporte de administración, Estructura organizacional, recompensas y disponibilidad de recursos. Factores Organizacionales Internos: Soporte de administración, estructura organizacional, recompensas, disponibilidad de recursos, autonomía, disponibilidad de tiempo.	41	Hornsby, Kuratko y Montagno (1990, 1992) Hornsby, Kuratko y Montagno (1992, 1999) Hornsby Kuratko y Zahra (2002) Moriano, Tapa, Molero y Levy (2009) Kuratko (2010) De Villiers-Scheepers (2012), Galván, Sánchez y Sánchez (2019), Badoiu, (2020)

			Pellegrini (2019), Reibenspiess (2020).
John 1999; Jeroen 2008	Características Individuales: Apertura, Agradabilidad, Conciencia, extrovertido, neuroticismo.	37	Contreras, Barbosa, Y Espinosa, (2010). Díaz Y Taulet (2008)
G. Chen,(2001) Wang , (2013)	Percepción de capacidades propias, experiencia pasada y conocimiento y relación con la organización.		(Moriano 2014; Rigterink, Weitzel, y Muehlfeld, 2019; Valsania, Moriano, y Molero, 2016). (Douglas y Fitzsimmons, 2008; Globocnik y Salomó, 2015; Moriano,2014). Moutinho, Au-Yong-Oliveira, Coelho, y Manso, 2016).
D. Miller, (1983); Jong (2011); Jeroen, (2008); Wang (2013).	Intraemprendimiento: Innovación, Proactividad, Reconocimiento de oportunidades y trabajo en redes.	18	Moriano, (2009); Jong (2011); Zhang , (2014); Razavieh ., (2017) Wang, (2013) Farrukh, (2017

Fuente: Elaboración propia a partir de los estudios analizados.

Capítulo IV

Resultados de la Investigación

Para dar al procedimiento de resultados de la presente investigación se inició con el tratamiento con el método estadístico de ecuaciones estructurales (*Structural equations models-SEM*) a través de la modelización de Smart PLS. Es un método no paramétrico que implica la utilización de modelización flexible ya que trabaja con la base en la varianza y no exige supuestos estrictamente rigurosos en conjunto a la distribución de los datos. Mientras que Martínez y Fierro (2018) mencionan que este método se recomienda realizar en situaciones únicamente de predicción y no confirmatorias.

Tabla 15. Diferencias entre CBS-SEM Y PLS SEM

Concepto	CBS-SEM	PLS-SEM
	Basado en covarianzas	Basado en varianzas: mínimos cuadrados parciales
Concepto	Minimiza la diferencia entre las matrices de covarianza (la teórica y la estimada), es decir, determina qué tanto un modelo teórico estima la matriz de covarianza de un conjunto de datos (Hair, Ringle, y Sarstedt, 2011)	Maximiza la varianza explicada de los constructos latentes dependientes, es decir, explica la varianza de las variables dependientes al examinar el modelo (Hair, Ringle, y Sarstedt, 2011).

	Cada parámetro del modelo, se calcula ajustando la matriz de covarianzas muestral y poblacional	Los puntajes de cada variable y las cargas se calculan de manera que la R2 de cada variable latente sea máxima
Software	LISREL, AMOS, EQS, MPLUS	SmartPLS, PLS Graph XLSTAT
Teoría	Fuerte	Flexible
Supuestos de Distribución	Normalidad multivariante	No paramétrico
Tamaño de la muestra	Grande	Pequeña
Enfoque	Confirmar teoría, probar hipótesis, diseñar teorías a partir de la literatura	Predicción e identificación de relaciones entre los constructos
Tipo de constructos	Reflectivos	Formativo y Reflectivos
No. De ítems por constructo	Ideal 4+	Uno o más
Tipo de Mediación	Intervalo o relación	Categoría o relación
Indicadores	Los índices de ajuste son el CFI y RMSEA	Los índices de ajuste incluyen la R2
	Utiliza métodos de máxima verosimilitud robusta en la estimación de parámetros	Usa partes de la teoría de componentes principales y mínimos cuadrados ordinarios

	Se puede estimar la significancia de parámetros de sendero omitidos del modelo	No se puede probar la significancia de parámetros omitidos del modelo
--	--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de Al-Mammary(2016) y Palacios y Vargas (2009).

De acuerdo a lo mencionado se puede decir al comparativo realizado se opta por realizar Basado en varianzas: mínimos cuadrados parciales, Maximiza la varianza explicada de los constructos latentes dependientes, es decir, explica la varianza de las variables dependientes al examinar el modelo (Hair, Ringle, y Sarstedt, 2011), por la Predicción e identificación de relaciones entre los constructos, así mismo por las muestras que utilizan para realizarlo en el programa estadístico SmartPLS.

4.1 Descripción de la Muestra

Dentro de la descripción de la muestra de acuerdo al perfil de los encuestados, se desarrollan las observaciones recabadas en el cuestionario por medio de la técnica estadística descriptiva, en donde dichos resultados buscan mostrar la representación de los elementos de acuerdo a las características de la muestra de la investigación. Es importante mencionar que los datos corresponden a las respuestas contenidos en los 340 cuestionarios aplicados, dentro de los cuales durante el tratamiento de captura tuvieron que ser eliminados 7 ya que carecían de respuestas o tendencias no marcadas correctamente siendo así total la muestra representada para dichos análisis un total de 333.

Mencionado lo anterior, a continuación, se muestra la información relacionada con aspectos tales como: Género, edad, Ingreso, sector de la empresa, años de la empresa, años en el puesto y escolaridad del encuestado. Dicho trabajo fue aplicado a empleados de Rangos medios a superiores en el sector comercio del municipio de Ensenada Baja California, las características son las siguientes.

Tabla 16. Género**Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	169	50.8	50.8	50.8
	Femenino	164	49.2	49.2	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

La presente tabla Numero 16 Muestra del total de los encuestados equivale a 333 personas, el 50.8% equivale a hombres mientras que el 49.2% se representa por el sexo femenino es decir que para este estudio que se realiza existen más hombres que el sexo opuesto, pero con muy poca diferencia.

Tabla 17. Edad**Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 25	71	21.3	21.3	21.3
	26 a 35	162	48.6	48.6	70.0
	36 a 45	74	22.2	22.2	92.2
	46 a 55	26	7.8	7.8	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En la presenta tabla referente a la edad de la totalidad de los encuestados se puede describir que las personas con la edad más alta son de 26 a 35 años de edad representados por un 48.6%, seguido la edad de 36 a 45 años representados por un 22.2%, posteriormente la edad 18ª 25 años representados por un 21.3% y por

último la edad con un porcentaje de 7.8% equivalente al rango de edad de 46 a 55 años es decir que esto representa la muestra levantada de 333 personas en relaciona a su edad.

Tabla 18. Ingreso mensual

		Ingreso Mensual			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$0 a \$10000.00	160	48.0	48.0	48.0
	\$11000.00 a \$21000.00	123	36.9	36.9	85.0
	\$22000.00 a \$32000.00	45	13.5	13.5	98.5
	Mayor a \$32,000.00	5	1.5	1.5	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la pregunta del ingreso mensual se puede describir que el 48% de los empleados se encuentran el rango de 0 a 10,000 pesos de ingreso mensual, seguido por el 36.9% el ingreso de 11 000 a 21 000 posteriormente le continúa con el 13.5% los ingresos de 22.000 a 32 000 mil pesos y por último solo el 1.5% equivale a mayor a 32,000 esto equivale al 100% de la muestra total realizada.

Tabla 19. Sector de la empresa.

Sector de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercio de abarrotes, alimentos, Ultramarinos y Misceláneas	134	40.2	40.2	40.2
	Comercio de tiendas de autoservicio y departamentales	103	30.9	30.9	71.2
	Comercio productos textiles, accesorios de vestir y calzado	23	6.9	6.9	78.1
	Comercio de artículos de papelería	7	2.1	2.1	80.2
	Comercio enseres domésticos, computadoras, artículos para decoración de interiores.	7	2.1	2.1	82.3
	Comercios de artículos de Ferretería, tlapalerías y vidrios.	35	10.5	10.5	92.8
	Comercio de refacciones, lubricantes y combustibles.	24	7.2	7.2	100.0

Total	333	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20. Años de la Empresa

Años de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0 A 1 AÑO	31	9.3	9.3	9.3
2 A 4 AÑOS	87	26.1	26.1	35.4
5 A 7 AÑOS	81	24.3	24.3	59.8
8 A 10 AÑOS	48	14.4	14.4	74.2
10 A 12 AÑOS	12	3.6	3.6	77.8
13 A 15 AÑOS	15	4.5	4.5	82.3
16 A 18 AÑOS	3	.9	.9	83.2
19 A 21 AÑOS	56	16.8	16.8	100.0
Total	333	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla referente a los años de la empresa en el mercado se puede mencionar los datos más relevantes de la muestra total realizada se puede ver que con el 26.1% las empresas tienen de antigüedad de 2 a 4 años seguido con la antigüedad de 24.3% de 5 a 7 años y así mismo empresas con el 16.8% de 19 a 21 y mostrando otro todo relevante son de 14.4 de 8 a 10 años siendo los datos más representativos de esta descripción.

Tabla 21. Puesto en la empresa**Puesto en la empresa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Administrador	28	8.4	8.4	8.4
	Auxiliar administrativo	60	18.0	18.0	26.4
	Área de compras	19	5.7	5.7	32.1
	Jefe de piso	83	24.9	24.9	57.1
	Contador	13	3.9	3.9	61.0
	Recursos humanos	32	9.6	9.6	70.6
	Director	5	1.5	1.5	72.1
	Gerente	54	16.2	16.2	88.3
	Otro	39	11.7	11.7	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

De acuerdo a la pregunta el puesto que ocupa el empleado en la empresa se describe los puestos más representativos y relevantes de la presente tabla siendo el 24.9% los encargados de piso que es considerado como un mando medio, seguido con el 18.0 es el área administrativa y posteriormente las gerencias con el 16.2 y así seguido con otros porcentajes administradores, áreas de recursos humanos directores etc. siendo un total del 80%

Tabla 22. Escolaridad

		Escolaridad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	4	1.2	1.2	1.2
	Secundaria	50	15.0	15.0	16.2
	Bachillerato	127	38.1	38.1	54.4
	Licenciatura	143	42.9	42.9	97.3
	Maestría	8	2.4	2.4	99.7
	Doctorado	1	.3	.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Respecto a la pregunta de la escolaridad a los encuestados en la presente tabla se muestra el 42.9% cuenta con la licenciatura, seguido por el 38.1% con bachillerato, posteriormente el 15% cuenta con secundaria, siendo así el 2.4% con maestría y el 1.2 con nivel de primaria y por último el .3% con un doctorado que esto representa el total del 100% de la muestra realizada.

Variables de control

En la presente tabla 23 en relación a las variables de control se determina los siguientes elementos del intraemprendimiento con diferentes indicadores en el sector estudiado se puede determinar que en relación al género, edad, puesto en la empresa, ingreso, escolaridad y sector, no tiene una asociación significativa, es decir a pesar de tener una estructura amplia de capital humano no afecta si son hombres, mujeres, el tipo de profesión, no influyen para desarrollar las acciones intraemprendedoras dentro del contexto estudiado.

Tabla 23 Anova variables de control

Intraemprendimiento	N 333	Suma de Cuadrados	DF	Cuadrado medio	F	Sign
Género						
Masculino	169	2.81	1	2.81	2.65	.105
Femenino	164					
Edad						
18-25	71	7.72	3	2.57	2.44	.064
26-35	162					
36-45	74					
45-55	26					
Puesto en la empresa						
Administrador	28	11.60	7	1.66	1.57	.142
Auxiliar admtvo	70					
Área de compras	24					
Jefe de piso	83					
Contador	13					
Recursos humanos	49					
Director	5					
Gerente	61					
Ingreso						
\$0 a \$10,000	160	4.40	3	1.47	1.38	.249
\$11,000 a \$21,000	123					
\$22,000 a \$32,000	45					
Mayor a \$32,000	5					
Escolaridad						
Primaria	4	1.25	5	.25	.23	.949
Secundaria	50					

Bachillerato	127					
Licenciatura	143					
Maestría	8					
Doctorado	1					
Sector de la empresa						
Comercio de abarrotes, alimentos, Ultramarinos y Misceláneas	134					
Comercio de tiendas de autoservicio y departamentales	103	6.94	6	1.16	1.09	.371
Comercio productos textiles, accesorios de vestir y calzado	23					
Comercio de artículos de papelería	7					
Comercio enseres domésticos, computadoras, artículos para decoración de interiores.	7					
Comercios de artículos de Ferretería, tlapalerías y vidrios.	35					
Comercio de refacciones, lubricantes y combustibles.	24					

Fuente: Elaboración propia

Variables de control se muestra el análisis realizado en el programa smarth PLS con las diferentes características, con la finalidad de determinar si hay una influencia entre dichas variables de control con el comportamiento intraemprendedor.

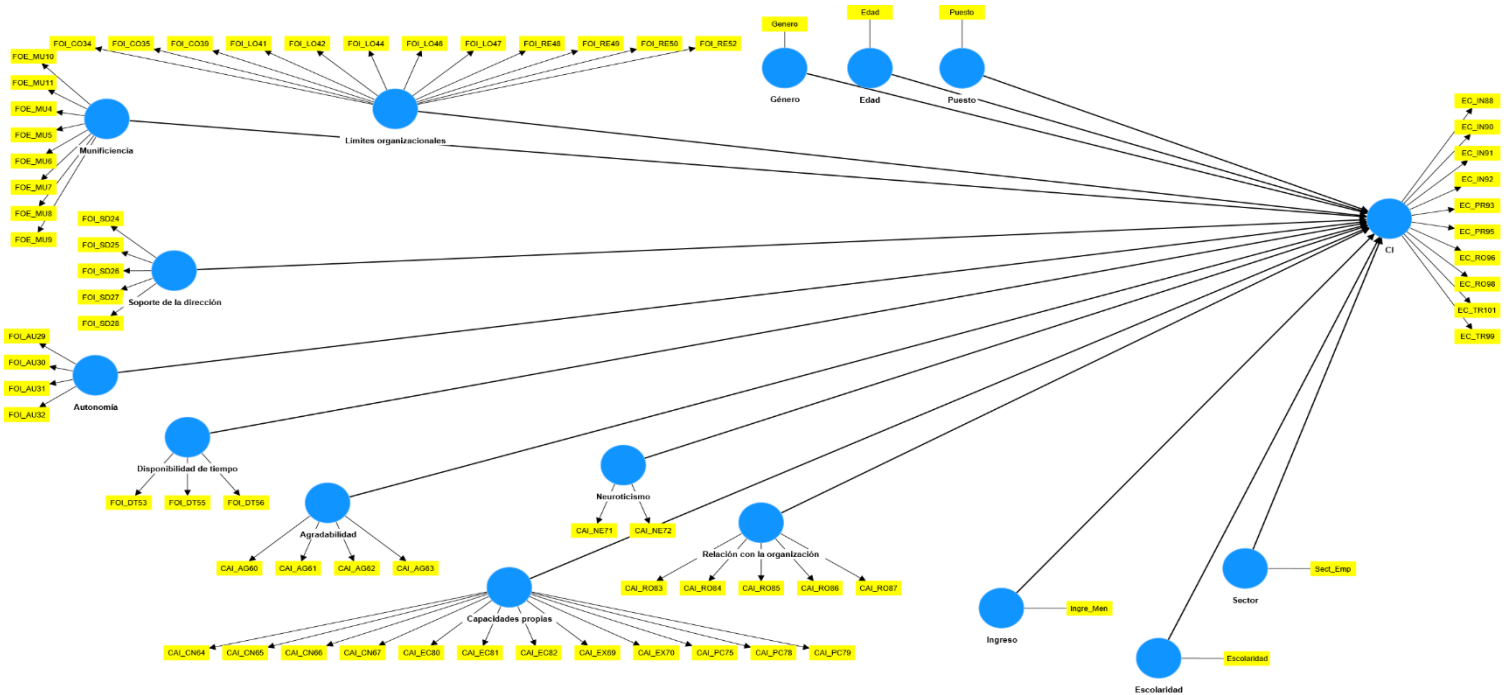


Figura: Variables de control

De acuerdo al análisis realizado con referente a las variables de control, se puede determinar, que la edad, escolaridad, genero, ingreso, el puesto y así como el sector no ejercen una influencia para determinar las acciones de intraemprendimiento ,es decir que la edad no influye en que si desarrollan, así mismo que si es hombre o mujer no determina mediamente las acciones de intraemprendimiento y el sector de igual manera no influye para generar estas acciones como se encuentra representado en la siguiente table.

Tabla de variables de control

Variables de control	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Edad -> CI	-0.037	-0.037	0.035	1.058	0.290
Escolaridad -> CI	0.012	0.012	0.033	0.356	0.722
Género -> CI	0.018	0.017	0.066	0.282	0.778
Ingreso -> CI	-0.036	-0.037	0.033	1.106	0.269
Puesto -> CI	0.001	0.001	0.034	0.021	0.983
Sector -> CI	-0.023	-0.022	0.033	0.697	0.486

Fuente: Elaboración propia

4.2 Análisis previo de los datos (Muestra recabada)

Una vez mencionado las características de la muestra recabada del estudio del comportamiento intraemprendedor en el sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California, fue necesario la evaluación y revisión de los datos a través de un análisis exploratorio de los ítems para la revisión de la composición del instrumento, esto para poder revisar adecuadamente la elaboración correcta del constructo, así como la revisión de la existencia de valores ausentes, analizar la distribución de los datos o presencia de valores atípicos en general de la muestra.

4.3 Modelización de PLS

Los modelos de medida, modelo externo de variables latentes exógenas y mientras que el modelo de medida y modelo externo de las variables latentes endógenas. (Palacio & Vargas, 2009; Sarstedt, Ringle, y Hair, 2017; Hair et al., 2017).

4.3.1 Modelo Reflectivo y Formativo

Modelo de medición refractivo es que un cambio en la variable latente (no observable) será reflejado en un cambio en todos sus indicadores. Mientras que el modelo formativo, son los indicadores los que causan una variable latente, así que un cambio en ella no es acompañado por un cambio en todos sus indicadores. La diferencia entre los dos enfoques está en la prioridad causal entre la variable latente y sus indicadores (Bollen, 1989).

4.3.2 Validación del Modelo de Medida

El modelo de medida trata de analizar si los conceptos están medidos correctamente a través de las variables observadas. Este análisis se realiza respecto a los atributos de validez (mide realmente lo que se desea medir) y fiabilidad (lo hace de una forma estable y consistente). Implica el análisis de la i)

fiabilidad individual del ítem, ii) la consistencia interna o fiabilidad de una escala, iii) la validez convergente, y iv) la discriminante (Medina y Chaparro, 2008).

4.3.2.1 Confiabilidad del Indicador

Tiene como objetivo evaluar si el indicador de medición de la variable latente es confiable o no. Cómo evaluar los resultados carga exterior cada indicador. Valores por encima de 0,7 indica que el constructo puede explicar más del 50% de la varianza del indicador (Wong, 2013; Sarstedt et al., 2017).

4.3.2.2 Fiabilidad Interna

Fiabilidad de la consistencia interna medir la capacidad del indicador para medir su construcción latente. (Memon et al., 2017). La herramienta utilizada para evaluar esto es fiabilidad compuesta y Alfa de Cronbach. Puntaje fiabilidad compuesta 0.6 - 0.7 se considera que tiene buena confiabilidad (Sarstedt et al., 2017), y el valor de Alfa de Cronbach esperado es superior a 0,7 (Ghozali y Latan, 2015).

4.3.3 Validez Convergente

Se determina con base en el principio de que las medidas de un constructo deben estar altamente correlacionadas (Ghozali y Latan, 2015). La validez convergente de un constructo con indicadores reflectivos se evalúa mediante Varianza media extraída (AVE). El valor del AVE debe ser de 0,5 o más. Un valor de AVE de 0,5 o más significa que el constructo puede explicar el 50% o más de la varianza del ítem (Wong, 2013, Sarstedt et al., 2017).

4.3.4 Validez Discriminante

Tiene como objetivo determinar si un indicador reflectivo es realmente una buena medida de su constructo basado en el principio de que cada indicador debe estar altamente correlacionado con su constructo solamente. Las medidas de diferentes constructos no deben estar altamente correlacionadas (Ghozali y Latan, 2015). En la aplicación SmartPLS, la prueba de validez discriminante utiliza el valor de cargas cruzadas y criterio de Fornell Larckery Heterotrait-Monotrait (HTMT) (Henseler et al., 2015).

Carga cruzada

revisión del constructo como se evaluó para asegurar que la correlación del constructo con el ítem de medición fuera mayor que las otras construcciones. Puntaje de carga cruzada que se espera sea superior a 0,7 (Ghozali y Latan, 2015).

Criterio de Fornell-Larcker Otro método para evaluar la validez discriminante es Criterio de FornellLarcker, compara los valores de la raíz cuadrada de Varianza media extraída (AVE) cada constructo con correlaciones entre otros constructos en el modelo (Henseler et al., 2015). Si el valor de la raíz cuadrada de cada constructo es mayor que el valor de correlación entre los constructos y otros constructos en el modelo, entonces se dice que el modelo tiene un buen valor de validez discriminante (Fornell y Larker, 1981 en Wong, 2013).

Heterotrait - Relación monotrait (HTMT) Es un método alternativo recomendado para evaluar la validez discriminante. El valor HTMT debe ser inferior a 0,9 para garantizar la validez discriminante entre los dos constructos reflectantes (Henseler et al., 2015).

4.4 Evaluación del modelo estructural.

Para dar inicio a la evaluación es importante la verificación de la colinealidad entre los constructos y capacidad predictiva del modelo, para posterior la revisión de la capacidad predictiva del modelo utilizando los criterios de coeficientes de determinación R², Redundancia con validación cruzada (Q²), tamaño del efecto (f²), y coeficientes de trayectoria o coeficiente de trayectoria (Sarstedt et al., 2017).

4.4.1 Coeficiente de determinación (R²)

Es una forma de evaluar cuánto se puede explicar una construcción endógena por una construcción exógena. El valor del coeficiente de determinación (R²) se espera que esté entre 0 y 1. R. valor² 0,75, 0,50 y 0,25 muestra que el modelo es fuerte, moderado y débil (Sarstedt et al., 2017).

4.4.2 Tamaño del Efecto (f²)

Evalúa si existe o no una relación significativa entre las variables,). Puntaje F² 0.02 tan pequeño, 0.15 como mediano y 0.35 como grande. Los valores inferiores a 0,02 pueden ignorarse o considerarse sin efecto (Sarstedt et al., 2017).

4.5 Modelo del Ajuste

Modelo de ajuste con Residual cuadrático medio estandarizado de la raíz (SRMR). SMSR es un índice medio residual estandarizado entre la matriz de correlación observada y la matriz de hipótesis

El SRMR se define como la diferencia entre la correlación observada y la matriz de correlación implícita del modelo. Por lo tanto, permite evaluar la magnitud promedio de las discrepancias entre las correlaciones observadas y esperadas como una medida absoluta del criterio de ajuste (del modelo). Para que el modelo cumpla con los criterios para encajar modelos, el valor del SMSR debe ser inferior a 0,05 (Cangur y Ercan, 2015).

Para evaluar modelo de ajuste además de SRMR es Criterios de ajuste exactos d_{ULS} y d_G , NFI, χ^2 y RMS.

4.6 Modelo comportamiento intraemprendedor (Primer Orden)

El modelo representa las variables y con sus ítems una vez realizado las de Variables Independientes

- FOI: Factores organizacionales Internos
- FOE: Factores Organizacionales Externos
- CAI: Características Individuales

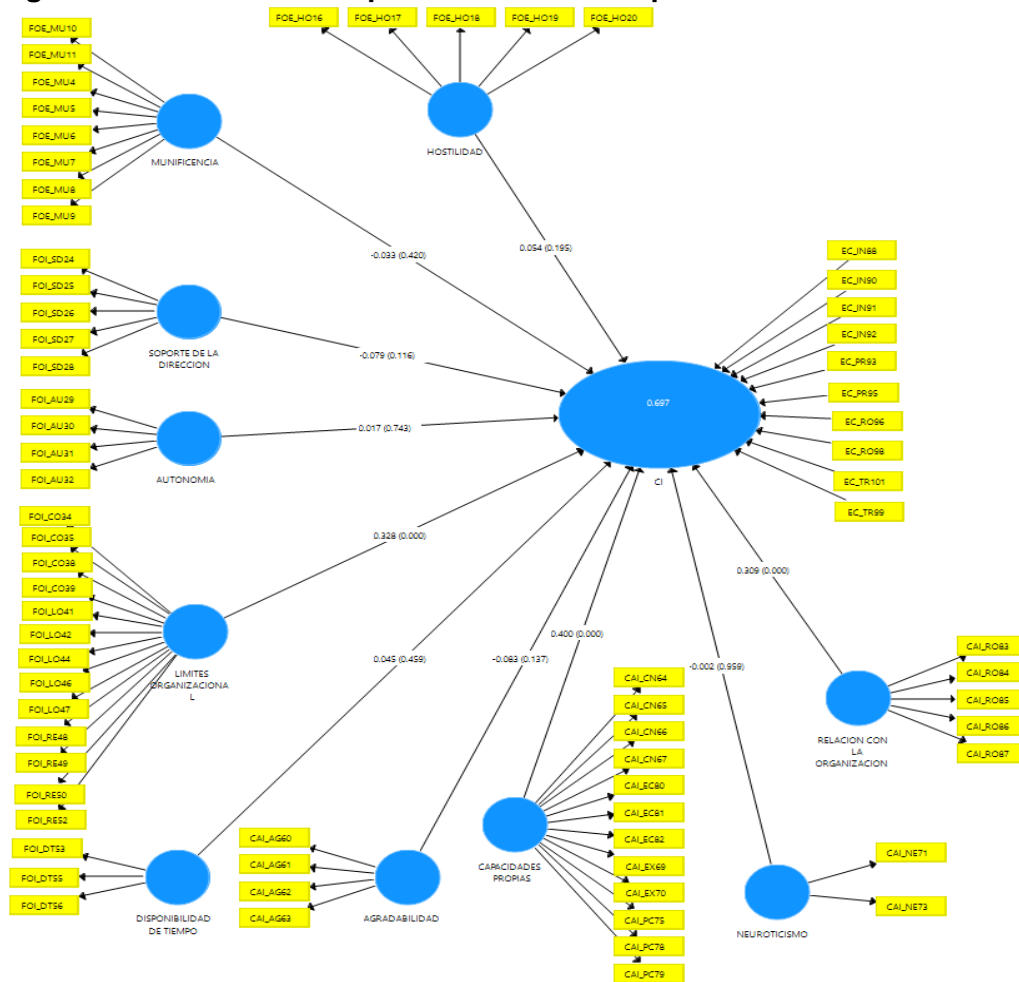
Variable dependiente

- CI: Comportamiento intraemprendedor

El presente modelo que se muestra en la figura 2 muestra las dimensiones que integran cada una de las variables mencionadas en donde se puede observar que a través del modelo de Ecuaciones estructurales, PLS Los datos muestran cada uno

sus cargas R2 y posteriormente la comprobación de Hipótesis a través de los coeficientes Path Hair, Ringle y Sarsedt (2017)

11. Figura 12. Modelo del comportamiento intraemprendedor Primer Orden



Fuente: Extraída de SmartPLS 3.3 (Ringle y Wende,2020).

4.6.1 Validación del modelo de Medica (Primer Orden)

En el proceso de la validación del modelo de investigación pasó por 3 etapas que consisten en la validación del modelo de medida, evaluación del modelo estructural y evaluación del modelo global en donde cada una de estas etapas se evalúan ciertos indicadores muestran el sustento estadístico a través de la consistencia interna, varianza extraída, validez discriminante (criterio de Fornell y Larcker (1981) y en las evaluación Hair, Ringle y Sarstedt (2017 considerando indicadores establecido por los investigadores.

Para la determinación del análisis de fiabilidad del modelo compuesto a través de la medición del modelo de medida en esta primera etapa la prueba de validez y confiabilidad de los constructos estos indicadores muestran una consistencia interna de la variable latente. Es decir, se acepta dichas dimensiones con los valores de .070 a .95, en donde valores de a .70 se considera una confiabilidad baja. (Hair, Ringle, y Sarstedt (2017). En la tabla 24 se obtienen resultados superiores a 0.70, así mismo es decir los constructos son considerados fiables, seguido la fiabilidad compuesta es un indicador más preciso que el alfa de Cronbach, también es considerado la fiabilidad de consistencia interna de los constructos cuando se utiliza PLS-SEM la evaluación de la fiabilidad compuesta de (1971) de Jo" reskog los valores entre 0.60 y 0.70 son considerado aceptables en dichas investigaciones exploratorias Sarstedt:Smith:Reams y Hair (2014), así mismo en la tabla 6 se muestra que las dimensiones representan en el modelo estructural explican más del 50% de su varianza (AVE) es decir que los ítems que integran el constructo teórico se correlacionan estrechamente que esto los explicar a través de los mismos.

Tabla 24. Fiabilidad y validez del constructo

FIABILIDAD							
Constructo	Siglas	Ítems	Cargas	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
MUNIFICENCIA	FOE_MU	FOE_MU10	0.774	0.862	0.87	0.892	0.509
		FOE_MU11	0.766				
		FOE_MU4	0.739				
		FOE_MU5	0.653				
		FOE_MU6	0.663				
		FOE_MU7	0.744				
		FOE_MU8	0.739				

		FOE_MU9	0.612				
HOSTILIDAD	FOE_HOS	FOE_HO16	0.623	0.84	0.841	0.888	0.616
		FOE_HO17	0.77				
		FOE_HO18	0.822				
		FOE_HO19	0.839				
		FOE_HO20	0.848				
AUTONOMÍA	FOI_AU	FOI_AU29	0.683	0.81	0.833	0.875	0.638
		FOI_AU30	0.844				
		FOI_AU31	0.81				
		FOI_AU32	0.846				
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	FOI_SD	FOI_SD24	0.704	0.869	0.906	0.903	0.651
		FOI_SD25	0.85				
		FOI_SD26	0.805				
		FOI_SD27	0.878				
		FOI_SD28	0.788				
LÍMITES ORGANIZACIONAL	FOI_LO	FOI_CO34	0.73	0.937	0.939	0.946	0.573
		FOI_CO35	0.708				
		FOI_CO38	0.768				
		FOI_CO39	0.713				
		FOI_LO41	0.697				

		FOI_LO42	0.745				
		FOI_LO44	0.785				
		FOI_LO46	0.732				
		FOI_LO47	0.819				
		FOI_RE48	0.725				
		FOI_RE49	0.804				
		FOI_RE50	0.813				
		FOI_RE52	0.784				
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	FOI_DT	FOI_DT53	0.843	0.735	0.74	0.851	0.656
		FOI_DT55	0.851				
		FOI_DT56	0.73				
AGRADABILIDAD	CAI_AG	CAI_AG60	0.765	0.815	0.821	0.878	0.644
		CAI_AG61	0.802				
		CAI_AG62	0.864				
		CAI_AG63	0.774				
CAPACIDADES PROPIAS	CAI_CP	CAI_CN64	0.819	0.938	0.94	0.946	0.596
		CAI_CN65	0.77				
		CAI_CN66	0.813				
		CAI_CN67	0.73				
		CAI_EC80	0.794				

		CAI_EC81	0.786				
		CAI_EC82	0.742				
		CAI_EX69	0.712				
		CAI_EX70	0.733				
		CAI_PC75	0.811				
		CAI_PC78	0.79				
		CAI_PC79	0.756				
NEUROTICISMO	CAI_NE	CAI_NE71	0.893	0.779	0.786	0.9	0.818
		CAI_NE73	0.916				
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	CAI_RO	CAI_RO83	0.711	0.845	0.864	0.888	0.614
		CAI_RO84	0.762				
		CAI_RO85	0.824				
		CAI_RO86	0.843				
		CAI_RO87	0.772				
CI	CI	EC_IN88	0.774		1		
		EC_IN90	0.736				
		EC_IN91	0.749				
		EC_IN92	0.828				
		EC_PR93	0.752				
		EC_PR95	0.87				

		EC_RO96	0.749				
		EC_RO98	0.783				
		EC_TR101	0.784				
		EC_TR99	0.776				

Fuente: Elaboración propia.

4.6.2 Validez Discriminante

Dentro de las cargas cruzadas de la validez discriminante se puede observar que la revisión de las correlaciones de cada uno de los ítems de medición fuera mayor que contras que no se encontrar menos a 0.7 para que se encontrara ese grado de similitud en este sentido se cumple el criterio mencionado en cada uno de los constructos.

Tabla 25. Criterio de Fornell- Larcker

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	CI	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	HOSTILIDAD	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
AGRADABILIDAD	0.802										
AUTONOMÍA	0.391	0.799									
CAPACIDADES PROPIAS	0.672	0.385	0.772								
CI	0.482	0.46	0.721								
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.518	0.508	0.613	0.591	0.81						
HOSTILIDAD	0.31	0.311	0.283	0.261	0.238	0.785					
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.458	0.622	0.578	0.695	0.672	0.27	0.757				
MUNIFICENCIA	0.407	0.4	0.419	0.368	0.311	0.59	0.44	0.713			

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	CI	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	HOSTILIDAD	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
NEUROTICISMO	0.23	0.263	0.186	0.216	0.218	0.253	0.196	0.162	0.905		
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.455	0.439	0.576	0.689	0.461	0.196	0.579	0.352	0.325	0.784	
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.338	0.547	0.324	0.346	0.372	0.326	0.565	0.478	0.303	0.361	0.807

Tabla 26 Cargas cruzadas

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	CI	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	HOSTILIDAD	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
CAI_AG60	0.765	0.233	0.592	0.417	0.4	0.307	0.346	0.319	0.124	0.355	0.138
CAI_AG61	0.802	0.316	0.52	0.393	0.451	0.22	0.415	0.323	0.187	0.384	0.331
CAI_AG62	0.864	0.363	0.568	0.409	0.443	0.245	0.382	0.341	0.183	0.405	0.321
CAI_AG63	0.774	0.357	0.456	0.313	0.358	0.214	0.319	0.323	0.265	0.305	0.308
CAI_CN64	0.608	0.192	0.819	0.511	0.485	0.168	0.396	0.29	0.071	0.369	0.127
CAI_CN65	0.585	0.302	0.77	0.512	0.494	0.187	0.425	0.324	0.117	0.43	0.249
CAI_CN66	0.573	0.248	0.813	0.534	0.467	0.228	0.402	0.354	0.091	0.417	0.177
CAI_CN67	0.52	0.383	0.73	0.509	0.445	0.202	0.384	0.354	0.152	0.431	0.267
CAI_EC80	0.513	0.314	0.794	0.582	0.53	0.236	0.499	0.331	0.084	0.448	0.237
CAI_EC81	0.489	0.312	0.786	0.594	0.486	0.183	0.465	0.29	0.17	0.52	0.293
CAI_EC82	0.494	0.26	0.742	0.581	0.443	0.179	0.488	0.276	0.168	0.49	0.29
CAI_EX69	0.622	0.325	0.712	0.492	0.467	0.247	0.461	0.345	0.139	0.417	0.308
CAI_EX70	0.497	0.38	0.733	0.52	0.449	0.222	0.447	0.316	0.171	0.422	0.329

CAI_NE71	0.193	0.275	0.107	0.183	0.189	0.235	0.18	0.167	0.893	0.278	0.301
CAI_NE73	0.221	0.206	0.223	0.207	0.204	0.222	0.174	0.129	0.916	0.308	0.25
CAI_PC75	0.509	0.315	0.811	0.608	0.477	0.264	0.45	0.344	0.175	0.478	0.194
CAI_PC78	0.416	0.302	0.79	0.639	0.481	0.254	0.491	0.326	0.218	0.478	0.266
CAI_PC79	0.445	0.241	0.756	0.553	0.455	0.248	0.423	0.338	0.147	0.405	0.262
CAI_RO83	0.328	0.32	0.353	0.423	0.344	0.189	0.429	0.335	0.349	0.711	0.385
CAI_RO84	0.363	0.366	0.426	0.443	0.344	0.16	0.428	0.268	0.362	0.762	0.37
CAI_RO85	0.448	0.374	0.546	0.627	0.414	0.141	0.47	0.281	0.18	0.824	0.22
CAI_RO86	0.353	0.381	0.523	0.652	0.386	0.113	0.538	0.293	0.159	0.843	0.329
CAI_RO87	0.282	0.276	0.364	0.494	0.308	0.195	0.387	0.218	0.309	0.772	0.149
EC_IN88	0.42	0.471	0.544	0.774	0.462	0.172	0.542	0.283	0.178	0.579	0.343
EC_IN90	0.317	0.351	0.545	0.736	0.468	0.215	0.479	0.233	0.164	0.476	0.171
EC_IN91	0.336	0.36	0.537	0.749	0.482	0.194	0.513	0.261	0.209	0.517	0.273
EC_IN92	0.33	0.346	0.563	0.828	0.48	0.222	0.587	0.289	0.179	0.577	0.262
EC_PR93	0.399	0.389	0.53	0.752	0.47	0.241	0.519	0.297	0.207	0.551	0.318
EC_PR95	0.371	0.353	0.638	0.87	0.511	0.225	0.6	0.292	0.122	0.564	0.249
EC_RO96	0.392	0.431	0.494	0.749	0.438	0.253	0.552	0.333	0.254	0.581	0.408
EC_RO98	0.386	0.415	0.535	0.783	0.478	0.196	0.547	0.337	0.169	0.594	0.337
EC_TR101	0.407	0.388	0.55	0.784	0.502	0.209	0.568	0.311	0.231	0.552	0.323
EC_TR99	0.454	0.321	0.616	0.776	0.431	0.2	0.505	0.297	0.178	0.511	0.206
FOE_HO16	0.222	0.314	0.178	0.217	0.187	0.623	0.178	0.388	0.272	0.193	0.361
FOE_HO17	0.208	0.29	0.184	0.174	0.185	0.77	0.248	0.433	0.218	0.122	0.335
FOE_HO18	0.221	0.153	0.244	0.19	0.167	0.822	0.161	0.462	0.16	0.152	0.127
FOE_HO19	0.268	0.189	0.266	0.211	0.191	0.839	0.223	0.488	0.143	0.147	0.167

FOE_HO20	0.283	0.261	0.228	0.216	0.195	0.848	0.246	0.525	0.189	0.145	0.276
FOE_MU10	0.268	0.267	0.329	0.259	0.238	0.42	0.3	0.774	0.048	0.246	0.308
FOE_MU11	0.277	0.216	0.331	0.288	0.23	0.467	0.308	0.766	0.088	0.198	0.299
FOE_MU4	0.297	0.262	0.282	0.225	0.189	0.467	0.316	0.739	0.075	0.216	0.328
FOE_MU5	0.279	0.364	0.253	0.24	0.247	0.425	0.266	0.653	0.166	0.297	0.346
FOE_MU6	0.236	0.288	0.238	0.218	0.168	0.482	0.277	0.663	0.199	0.203	0.298
FOE_MU7	0.36	0.42	0.304	0.327	0.272	0.428	0.424	0.744	0.114	0.325	0.443
FOE_MU8	0.325	0.223	0.384	0.294	0.228	0.363	0.335	0.739	0.056	0.299	0.345
FOE_MU9	0.256	0.228	0.239	0.213	0.181	0.337	0.245	0.612	0.228	0.196	0.342
FOI_AU29	0.249	0.683	0.204	0.286	0.313	0.241	0.403	0.288	0.305	0.338	0.402
FOI_AU30	0.325	0.844	0.351	0.427	0.482	0.221	0.6	0.312	0.192	0.411	0.467
FOI_AU31	0.303	0.81	0.301	0.323	0.377	0.296	0.449	0.359	0.221	0.326	0.443
FOI_AU32	0.361	0.846	0.349	0.408	0.425	0.25	0.507	0.327	0.161	0.327	0.437
FOI_CO34	0.222	0.457	0.342	0.486	0.377	0.189	0.73	0.309	0.113	0.388	0.424
FOI_CO35	0.203	0.515	0.282	0.431	0.321	0.209	0.708	0.308	0.165	0.342	0.505
FOI_CO38	0.228	0.52	0.374	0.511	0.48	0.225	0.768	0.352	0.135	0.432	0.491
FOI_CO39	0.232	0.465	0.336	0.495	0.411	0.206	0.713	0.333	0.164	0.431	0.494
FOI_DT53	0.485	0.467	0.494	0.506	0.843	0.217	0.588	0.255	0.16	0.33	0.297
FOI_DT55	0.494	0.484	0.537	0.478	0.851	0.206	0.555	0.262	0.162	0.344	0.346
FOI_DT56	0.268	0.271	0.458	0.449	0.73	0.151	0.483	0.239	0.209	0.454	0.259
FOI_LO41	0.304	0.334	0.435	0.515	0.437	0.21	0.697	0.27	0.053	0.339	0.309
FOI_LO42	0.365	0.476	0.454	0.498	0.567	0.251	0.745	0.331	0.076	0.418	0.322
FOI_LO44	0.405	0.469	0.514	0.593	0.593	0.274	0.785	0.403	0.111	0.477	0.363
FOI_LO46	0.408	0.329	0.513	0.506	0.554	0.2	0.732	0.32	0.176	0.384	0.316

FOI_LO47	0.441	0.528	0.5	0.579	0.6	0.182	0.819	0.335	0.153	0.505	0.468
FOI_RE48	0.391	0.472	0.455	0.541	0.53	0.129	0.725	0.299	0.17	0.48	0.397
FOI_RE49	0.408	0.515	0.496	0.567	0.593	0.208	0.804	0.373	0.18	0.481	0.467
FOI_RE50	0.394	0.465	0.468	0.554	0.518	0.206	0.813	0.363	0.185	0.498	0.475
FOI_RE52	0.443	0.577	0.46	0.527	0.564	0.175	0.784	0.315	0.242	0.482	0.547
FOI_SD24	0.231	0.431	0.158	0.176	0.189	0.284	0.294	0.327	0.214	0.199	0.704
FOI_SD25	0.254	0.436	0.222	0.247	0.295	0.235	0.428	0.371	0.273	0.284	0.85
FOI_SD26	0.284	0.424	0.363	0.361	0.377	0.234	0.554	0.423	0.168	0.322	0.805
FOI_SD27	0.319	0.486	0.297	0.325	0.318	0.292	0.518	0.422	0.288	0.351	0.878
FOI_SD28	0.255	0.446	0.179	0.209	0.26	0.299	0.391	0.354	0.315	0.248	0.788

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

Dentro de este análisis se determina si realmente el indicador es reflectivo el cual se utiliza el criterio de las correlaciones (HTMT) como se muestra en las siguientes tablas siguiente se puede ver la raíz cuadrada de cada constructo, donde cada uno es mayor que su correlación con los otros constructos es decir cada una de las variables es diferente y no miden lo mismo, cumpliéndose el criterio (Hair, Ringle y Sarstedt, 2017). Y así como los valores que deben estar por debajo de 0.90 por lo tanto no hay validez discriminante

Tabla 27. Heterotrait - Monotrait Ratio (HTMT)

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	HOSTILIDAD	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
AGRADABILIDAD										
AUTONOMÍA	0.482									
CAPACIDADES PROPIAS	0.767	0.434								

DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.66	0.644	0.739							
HOSTILIDAD	0.368	0.382	0.317	0.3						
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.514	0.705	0.609	0.801	0.305					
MUNIFICENCIA	0.481	0.48	0.462	0.387	0.696	0.481				
NEUROTICISMO	0.296	0.35	0.211	0.289	0.312	0.23	0.21			
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.54	0.529	0.63	0.586	0.239	0.641	0.411	0.426		
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.399	0.657	0.334	0.444	0.386	0.6	0.539	0.38	0.418	

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

En la siguiente evaluación de la validez discriminante se encuentra HTMT de acuerdo a la metodología pide que los valores sean inferiores a 0.09 para garantizar su Validez discriminante entre los demás constructos. Dentro de ello se cumple en cada uno de ellos al realizar dicha revisión se cumple satisfactoriamente. Es decir, dentro de esta primera evaluación el modelo de primer orden cumple satisfactoriamente con los criterios establecidos y evaluados.

4.6.3 Evaluación del modelo estructural (Calculo Bootstrapping)

Para la evaluación del modelo estructural debe cumplir con los siguientes indicadores para su validación, en donde se consideran los valores de significancia de acuerdo al valor de coeficiente, los valores de P valor determinan los niveles de significancia estadística en donde el nivel *P valor es de $P \leq .05$, Significativo ** $P \leq .01$ Considerablemente significativo, *** $P \leq .001$ Altamente significativo, lo cual establece en determinar que las relaciones son aceptadas de manera estadística.

En donde en la tabla 28 se puede concluir que Límites Organizacionales, Capacidades propias y relación con la organización existe una relación significativa con el comportamiento intraemprendedor es decir dichas hipótesis planteadas son aceptadas por la relación que existe con dicha variable dependiente.

Seguido Munificencia, hostilidad, autonomía, soporte de la dirección, disponibilidad de tiempo, agradabilidad y neuroticismo en el contexto aplicado de la investigación del sector comercio las dimensionadas mencionadas no cumplen con los rangos establecido para el nivel de significancia, es decir que estas dimensiones no tienen una relación significativa con el comportamiento intraemprendedor que se puede ver representado en la tabla 28

Tabla 28. Comprobación de hipótesis de la investigación (Coeficientes Path)

	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores	Resultado
MUNIFICENCIA -> CI	-0.03	0.041	0.81	0.418	No soportado
HOSTILIDAD -> CI	0.056	0.042	1.284	0.199	No soportado
AUTONOMÍA -> CI	0.01	0.05	0.332	0.74	No soportado
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN -> CI	-0.078	0.051	1.56	0.119	No soportado
LÍMITES ORGANIZACIONAL -> CI	0.334	0.075	4.345	0*	Soportado

DISPONIBILIDAD DE TIEMPO -> CI	0.042	0.061	0.731	0.465	No soportado
AGRADABILIDAD -> CI	-0.084	0.056	1.477	0.14	No soportado
CAPACIDADES PROPIAS -> CI	0.395	0.075	5.325	0*	Soportado
NEUROTICISMO -> CI	-0.002	0.036	0.053	0.958	No soportado
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN -> CI	0.317	0.057	5.418	0*	Soportado

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

Tabla 27 R2

En la tabla 27 se puede observar los resultados R^2 , en donde la variable dependiente Comportamiento intraemprendedor se encuentra representada y explicada en 69% medianamente moderado a través de las diversas dimensiones que están compuesta por los factores organizacionales externos, internos y características individuales.

Los indicadores considerados para el cálculo de las cargas deben de ser ≥ 0.7 para tener un modelo confiable en el modelo estructural, en la figura 36 se encuentra de manera descriptiva numérica las cargas de cada uno de los ítems en donde cada uno de ellos se cumple satisfactoriamente o bien expresados en las rutas de camino path (sendero) en la misma figura se determina los índices establecidos por el grado de significancia aceptable y rechazado si no cumplen con los indicadores establecidos.

Tabla 29. R²**Resultados R²**

Variable	R ²	R ² ajustada
CI	0.697	0.688

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

Tabla 30. F²

	CI
AGRADABILIDAD	0.011
AUTONOMÍA	0
CAPACIDADES PROPIAS	0.202
CI	
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.003
HOSTILIDAD	0.006
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.12
MUNIFICENCIA	0.002
NEUROTICISMO	0
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.167
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.011

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

Tabla 31. Q²

	SSO	SSE	Q ² (=1- SSE/SSO)
MUNIFICENCIA	2664	2664	
HOSTILIDAD	1665	1665	

AUTONOMÍA	1332	1332	
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	1665	1665	
LÍMITES ORGANIZACIONAL	4329	4329	
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	999	999	
AGRADABILIDAD	1332	1332	
CAPACIDADES PROPIAS	3996	3996	
NEUROTICISMO	666	666	
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	1665	1665	
CI	3330	1941.747	0.417

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

4.6.4 Evaluación del modelo Global

Ajuste global: se considera SRMR modelo estimado menor a .08 es considerado aceptado ya que el resultado es 0.06.

Tabla 32. Ajuste estimado

	Modelo saturado	Modelo estimado
SRMR	0.056	0.056
d_ULS	7.963	7.963
d_G	2.525	2.525
Chi-cuadrado	3870.246	3870.246
NFI	0.792	0.792

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS

Tabla 33. Modelo Exacto

Para la evaluación del modelo exacto se realizan a través de las diferentes pruebas de SRMR, D_ULS Y D_G en dónde lo establecido es que del modelo estimado sea

menor en el rango del 95% y el 99% para que sea aceptado partiendo de estos criterios y se puede observar que dichos análisis se cumplen por tal motivo el modelo exacto es aceptado.

SRMR	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	0.056	0.038	0.042	0.045

DULS	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	7.963	3.693	4.587	5.094

D_G	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	2.525	1.946	2.326	2.515

Fuente: Datos obtenidos de Software SmarPLS .

4.7.2 Evaluación del Modelo Segundo Orden

Para la determinación del análisis de fiabilidad del modelo compuesto a través de la medición del modelo de medida en esta primera etapa la prueba de validez y confiabilidad de los constructos estos indicadores muestran una consistencia interna de la variable latente. Es decir, se acepta dichas dimensiones con los valores de .070 a .95, en donde valores de a .70 se considera una confiabilidad baja. (Hair, Ringle, y Sarstedt (2017), obtienen resultados superiores a 0.70, es decir los constructos son considerados fiables, seguido la fiabilidad compuesta es un indicador más preciso que el alfa de cronbach, así mismo en la tabla 6 se muestra que las dimensiones representan en el modelo estructural explican más del 50% de su varianza (AVE) es decir que los ítems que integran el constructo teórico se correlacionan estrechamente que esto los explicar a través de los mismos

Tabla 34. Fiabilidad de segundo orden

	Alfa de Cronbach	rho_A	Fiabilidad compuesta	Varianza extraída media (AVE)
AGRADABILIDAD	0.815	0.819	0.879	0.645
AUTONOMÍA	0.81	0.823	0.875	0.639
CAPACIDADES PROPIAS	0.938	0.939	0.947	0.596
CI		1		
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.735	0.753	0.85	0.656
HOSTILIDAD	0.84	0.857	0.889	0.619
LIMITES ORGANIZACIONAL	0.937	0.939	0.946	0.573
MUNIFICENCIA	0.862	0.865	0.892	0.51
NEUROTICISMO	0.844	0.886	0.89	0.67

RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.845	0.851	0.889	0.617
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.869	0.878	0.905	0.658

Fuente: Extraída SmartPLS

Tabla 35 Evaluación del Modelo segundo Orden

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	CI	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO
AGRADABILIDAD	0.803				
AUTONOMÍA	0.392	0.799			
CAPACIDADES PROPIAS	0.674	0.383	0.772		
CI	0.497	0.48	0.702		
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.522	0.511	0.613	0.589	0.81
HOSTILIDAD	0.304	0.301	0.281	0.259	0.234
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.453	0.625	0.571	0.692	0.667
MUNIFICENCIA	0.401	0.397	0.414	0.371	0.306
NEUROTICISMO	0.311	0.356	0.3	0.377	0.301
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.455	0.441	0.569	0.69	0.454
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.338	0.549	0.309	0.38	0.364

De acuerdo a la table 36 se puede observar que la validez discriminante se puede observar que la revisión de las correlaciones de cada uno de los ítems de medición fuera mayor que contras que no se encontrar menos a 0.7 para que se encontrara ese grado de similitud en este sentido se cumple el criterio mencionado en cada uno de los constructos.

Tabla 36. Validez Discriminante Fornel Larker

	HOSTILIDAD	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
AGRADABILIDAD						
AUTONOMÍA						
CAPACIDADES PROPIAS						
CI						
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO						
HOSTILIDAD	0.787					
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.268	0.757				
MUNIFICENCIA	0.592	0.433	0.714			
NEUROTICISMO	0.259	0.315	0.239	0.818		
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.191	0.576	0.348	0.426	0.785	
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.313	0.557	0.466	0.377	0.363	0.811

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla 37. HTMT segundo orden

	AGRADABILIDAD	AUTONOMÍA	CAPACIDADES PROPIAS	DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	HOSTILIDAD
AGRADABILIDAD					
AUTONOMÍA	0.482				
CAPACIDADES PROPIAS	0.767	0.434			
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	0.66	0.644	0.739		
HOSTILIDAD	0.368	0.382	0.317	0.3	
LÍMITES ORGANIZACIONAL	0.514	0.705	0.609	0.801	0.305
MUNIFICENCIA	0.481	0.48	0.462	0.387	0.696
NEUROTICISMO	0.345	0.414	0.292	0.356	0.312
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.54	0.529	0.63	0.586	0.239
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.399	0.657	0.334	0.444	0.386

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla 38 Cargas factoriales

	LÍMITES ORGANIZACIONAL	MUNIFICENCIA	NEUROTICISMO	RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	SOPORTE DE LA DIRECCIÓN
AGRADABILIDAD					
AUTONOMÍA					
CAPACIDADES PROPIAS					
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO					

HOSTILIDAD					
LÍMITES ORGANIZACIONAL					
MUNIFICENCIA	0.481				
NEUROTICISMO	0.309	0.263			
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.641	0.411	0.488		
SOPORTE DE LA DIRECCIÓN	0.6	0.539	0.43	0.418	

Fuente: Extraído SmartPLS

4.7.3 Evaluación del modelo formativo

Tabla 39. Evaluación del Modelo Formativo segundo orden

	VIF
CAPACIDADES PROPIAS	1.479
CI	1
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO	1.803
HOSTILIDAD	1.54
LÍMITES ORGANIZACIONAL	1.803
MUNIFICENCIA	1.54
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	1.479

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla VIF (Estadístico de Linealidad)

Tabla 40. Cargas segundo orden formativo

	CAI	CI	FOE	FOI
CAPACIDADES PROPIAS	0.893			
CI		1		

DISPONIBILIDAD DE TIEMPO				0.826
HOSTILIDAD			0.693	
LÍMITES ORGANIZACIONAL				0.971
MUNIFICENCIA			0.991	
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN	0.878			

Fuente: Extraído SmartPLS

4.7.4 Evaluación de pesos

Para la evaluación del modelo estructural debe cumplir con los siguientes indicadores para su validación, en donde se consideran los valores de significancia de acuerdo al valor de coeficiente, los valores de P valor determinan los niveles de significancia estadística en donde el nivel *P valor es de $P \leq .05$, Significativo ** $P \leq .01$ Considerablemente significativo, *** $P \leq .001$ Altamente significativo, lo cual establece en determinar que las relaciones son aceptadas de manera estadística.

Y se puede observar a diferencia de un primer orden no se aceptaban dichas hipótesis, aquí en el ajuste de segundo orden dichas variables fueron significativas, menos la de disponibilidad de tiempo con el intraemprendimiento.

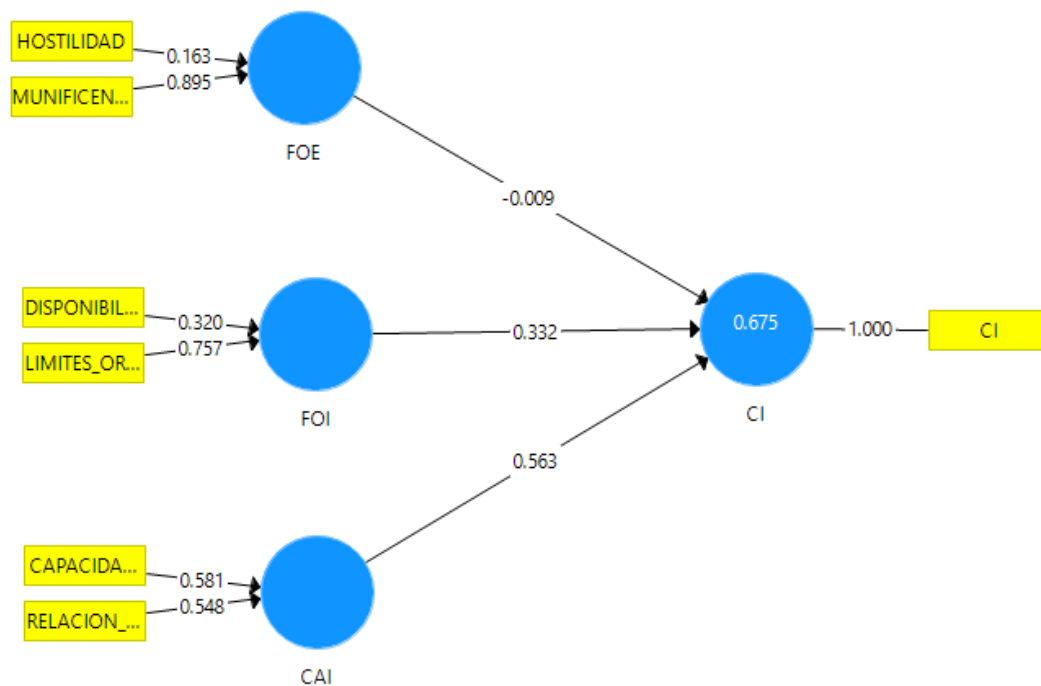
Tabla 41. Pesos (Boostraping) formativo

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores
CAPACIDADES PROPIAS -> CAI	0.581	0.581	0.066	8.781	0
CI <- CI	1	1	0		
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO -> FOI	0.32	0.319	0.09	3.546	0
HOSTILIDAD -> FOE	0.163	0.155	0.185	0.881	0.378
LIMITES ORGANIZACIONAL -> FOI	0.757	0.756	0.079	9.633	0

MUNIFICENCIA -> FOE	0.895	0.89	0.129	6.936	0
RELACIÓN CON LA ORGANIZACIÓN -> CAI	0.548	0.546	0.073	7.506	0

Fuente: Extraído SmartPLS

4.7.5 Modelo Segundo Orden



Fuente: Extraído SmartPLS

13. FIGURA 13. Modelo Intraemprendimiento Segundo Orden

4.7.6 Evaluación del Modelo Estructural

se puede observar los resultados R^2 , en donde la variable dependiente Comportamiento intraemprendedor se encuentra representada y explicada en 68% medianamente moderado a través de las diversas dimensiones que están compuesta por los factores organizacionales externos, internos y características individuales.

dichos indicadores para el cálculo de las cargas deben de ser ≥ 0.7 para tener un modelo confiable en el modelo estructural en donde cada uno de ellos se cumple satisfactoriamente o bien expresados en las rutas de camino path (sendero) en la misma figura se determina los índices establecidos por el grado de significancia aceptable y rechazado si no cumplen con los indicadores establecidos.

Tabla 42. Coeficiente Path segundo orden

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores
CAI -> CI	0.563	0.563	0.053	10.69	*0
FOE -> CI	-0.009	-0.005	0.04	0.23	0.818
FOI -> CI	0.332	0.33	0.056	5.953	*0

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla 43. R2 segundo orden

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores
CI	0.675	0.68	0.04	17.009	0

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla 44. F2 segundo orden

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores
CAI -> CI	0.497	0.512	0.122	4.062	0
FOE -> CI	0	0.004	0.006	0.036	0.971
FOI -> CI	0.173	0.179	0.064	2.693	0.007

Fuente: Extraído SmartPLS

Tabla 45. Q2 segundo orden

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
CAI	666	666	
CI	333	112.768	0.661
FOE	666	666	
FOI	666	666	

Fuente: Extraído SmartPLS

4.7.7. Evaluación del Modelo Global

Para la evaluación del modelo exacto se realizan a través de las diferentes pruebas de SRMR, D_ULS Y D_G en dónde lo establecido es que del modelo estimado sea menor en el rango del 95% y el 99% para que sea aceptado partiendo de estos criterios y se puede observar que dichos análisis se cumplen por tal motivo el modelo exacto es aceptado.

Tabla 46. Ajuste Aproximado segundo orden

	Modelo saturado	Modelo estimado
SRMR	0.044	0.044
d_ULS	0.055	0.055
d_G	0.03	0.03
Chi-cuadrado	50.877	50.877
NFI	0.956	0.956

Fuente: Extraído SmartPLS

4.7.8 Evaluación del Modelo Exacto

Tabla 43. Modelo Exacto segundo orden

SRMR

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	0.044	0.022	0.034	0.039

Fuente: Extraído SmartPLS

DULS

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	0.055	0.015	0.032	0.043

Fuente: Extraído SmartPLS

D_G

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	95%	99%
Modelo estimado	0.03	0.009	0.016	0.02

Fuente: Extraído SmartPLS

Capítulo V

Discusiones y conclusiones

A partir de los resultados de la presente investigación se puede mencionar los siguientes hallazgos encontrados durante el levantamiento y contraste de los datos.

Refiriéndose a las áreas de Gerencias, altos mandos o encargados de área se pudo identificar que no es predominante el sexo masculino en estos rangos, sino que también el sexo femenino muestra un alto grado de participación para ocupar estos cargos, mientras que de acuerdo al área y a la antigüedad de las empresas se pensaba encontrar en su mayoría hombres ocupando estos cargos.

Así mismo mencionado lo anterior por el sector que se desarrolló la investigación se pudo identificar que estas direcciones o encargados de área ciertamente no se encuentran en una mayoría de edad avanzada a pesar de la antigüedad de las empresas, es decir que hoy en día estos sectores brindan las oportunidades a jóvenes profesionistas para dirigir y coordinar sus empresas siempre y cuando en su mayoría cuentan con estudios de bachillerato y licenciatura.

Ciertamente uno de los sectores muy comunes sujetos de investigación y por el conocimiento que se tiene las barreras de entrada para la aplicaciones del instrumento de investigación fue muy notorio el ingresar y obtener información específicamente cadenas comerciales que se encuentran en otros municipios de Baja California y que dichas matrices se encuentran en donde se realiza el estudio con esto se puede decir que estas empresas son muy privadas para compartir información de cómo perciben sus colaboradores el apoyo de la organización.

El sector comercial estudiado, se pudo observar que a pesar de las coordinaciones, direcciones o altos mandos, de acuerdo a los criterios establecidos de la unidad de análisis representativa, dichos factores asociados al desarrollo del comportamiento intraemprendedor no desarrollan las mismas funciones en sus actividades a pesar de tener el mismo rango ya que esto puede variar por los sectores diversificados, por lo que se puede realizar dicho trabajo en entidades económicas heterogéneas

como referencia en territorios y sectores específicos (Antoncic, 2007; Kuratko et al., 2014).

También es relevante mencionar que durante el trabajo de campo en las empresas comerciales, dichas áreas administrativas, gerencias, no cuentan con el conocimiento de dicho término, a pesar de que estas organizaciones ya desarrollan en sus empleados dichos factores asociados al intraemprendimiento por lo que es una área oportunidad implementar esta información en las empresas con el fin de evaluar ampliamente las condiciones inherentes al entorno y a su empresa, seleccionando una combinación adecuada de elementos que le permitan finalmente identificar este fenómeno.

De acuerdo con Kuratko (2010), Turro, López y Urbano (2013), el tratar temas de intraemprendimiento es considerado como una de las acciones que representan un impacto en las organizaciones en su crecimiento económico siendo la falta de importancia y conocimiento por parte de las direcciones o coordinaciones, para que se tengan resultados positivos, así como el crecimiento relativo, rendimiento y desempeño financiero de las empresas. Por último, es importante mencionar que estas acciones no son generalizables a otras industrias, por lo que sería interesante a evaluar su conveniencia al margen de las posibilidades de las empresas para su aplicación, dicho término será positivo de acuerdo al sector, empresa y los sujetos de análisis que participan.

5.2 Discusiones

El emprendimiento corporativo (EC) o intraemprendimiento juega un papel muy importante dentro de las organizaciones ya que es considerado el factor principal para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones (Pinchot, 1985; Antoncic, 2007; Antoncic y Hisrich, 2001; Hornsby et al., 2002; Salvato et al., 2009; Schindehutte et al., 2000). A través de las investigaciones teóricas y empíricas mostradas en el desarrollo de la presente investigación (Marco teórico), la importancia de estos factores organizacionales en las empresa derivan e impulsan las acciones de actividad intraemprededora.

La importancia del emprendimiento cae en el comportamiento intraemprendedor como lo mencionan los autores precursores de dicho tema (Pinchot,1985; Antoncic, 2007; Antoncic y Hisrich, 2001; Hornsby et al., 2002) quienes mencionan que los empleados son un factor clave para mejorar el crecimiento organizacional a través de la motivación de sus empleados estableciendo la relación laboral adecuada y el sentimiento empresarial para que ellos puedan despertar el interés por realizar las acciones de comportamientos de emprendimiento corporativos.

A través de la revisión de la literatura existen autores representativos referentes al intraemprendimiento, muestran la importancia y complejidad del tema al abordar técnicas cuantitativas y cualitativas, concluyendo que de acuerdo a la revisión de la literatura y futuras líneas de investigación con base a la problemática identificada finalmente se puede dar respuesta a la pregunta central de la investigación: ¿Cuáles son los factores organizacionales internos, externos y características individuales que influyen en el comportamiento intraemprendedor en las empresas del sector comercio del Municipio de Ensenada Baja California?.

El proceso de desarrollo consistió en la investigación de modelos que pudieran dar pie al propósito de la investigación en donde se pudo identificar los diferentes constructos del intraemprendimiento, a través de la revisión de la literatura se pudo comprender la conceptualización de dicho fenómeno. Posteriormente la validación del instrumento de acuerdo a la definición de cada variable en el contexto que se realiza dicho estudio y con el fin de comprobar los objetivos planteados.

Factores organizacionales externos

El primer objetivo de investigación planteado en el presente estudio es evaluar si los factores organizacionales externos facilitan el desarrollo del comportamiento intraemprendedor, de acuerdo a los autores mencionan que los elementos que integran estos factores pueden ser dinámicos en entornos hostiles y munificentes que puedan impulsar a los gerentes, encargados de área y administrativos a prever cambios radicales del entorno iniciando con acciones empresariales (Zahra, 1993; Covin y Slevin, 1991; Antoncic y Hisrich, 2001).

En este sentido se puede mencionar que la munificencia en las organizaciones es considerada como todas las condiciones desafiantes que se viven hoy en día en los mercados dinámicos, que se integra por la competencia, la demanda y la tecnología en donde para sobrevivir tienen que adoptar una postura intraemprededora (Antoncic y Hisrich., 2001), seguido la hostilidad se consideran las amenazas que estimulan a desarrollar acciones intraemprededoras en donde se pueden ver aspectos desfavorables de las organizaciones que contribuyen a generar respuestas innovadoras y creativas (Zahra, 1993).

Así mismo los modelos revisados (Marco teórico) Gut y Gingberg., 1990; Zahra., 1991; Covin y Slevin., 1991; Antoncic y Hisrich., 2001; y Kearney., 2013) muestran elementos tal como factores políticos, sociales, tecnológicos, competitivos, las oportunidades y demanda de nuevos productos y crecimiento de la industria son considerado como factores representativos que se viven dentro de entornos munificentes y hostiles que incentivan a desarrollar actividades de intraemprendimiento.

Partiendo de los resultados de la investigación realizada y dar respuesta al primer objetivo es pertinente mencionar que la variable factores organizacionales externos en el contexto del sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California, no fueron muy alentadoras para este contexto ya que dentro de la evaluación y contraste en la aplicación de la metodología estadística dichas dimensiones de hostilidad y munificencia no cumplen, no representan significativamente en el sector estudiado. Es decir que los ítems evaluados de este constructo no muestra una significancia en relación al comportamiento intraemprededor, las empresas evaluadas no reflejan que los precios, la competencia, el posicionamiento son un factor importante a diferencia de las investigaciones como Zahra (1993), Antoncic (2007) aplicadas en Estados Unidos muestran significativamente las condiciones hostiles es decir estos ambientes coadyuvan a generar en las empresas acciones de intraemprendimiento para sobrevivir en el mercado competitivo que se encuentran las organizaciones esto puede recaer que las empresas a diferencia del contexto aplicado se encuentran con una cultura empresarial abierta, adoptando

y aplicando estrategias que contribuyen a generar posicionamiento ante sus competidores.

Las condiciones hostiles en el sector comercio limitan las acciones de intraemprendimiento no existe una influencia significativa de acuerdo a las respuestas por los gerentes, encargados de áreas y administrativo, esto se puede atribuir a la falta de conocimiento de dichos temas o bien debido a que las organizaciones aún no desarrollan estrategias, no implementan nuevos productos, innovaciones en los procesos o hacer frente a las situaciones que se presentan a sí mismo el estudio realizado por Kearney (2010) referente a los efectos hostiles en Irlanda mostraba un impacto negativo en los sectores del transporte, educación, salud entre otros, De Villers-Scheepers (2012) en estudio aplicado en Sudáfrica empresas de sectores grandes no se pudo encontrar una influencia positiva significativa, es decir a pesar de que dichos contextos se diferentes los resultados recaen en que no influyen dichos factores externos para generar el emprendimiento corporativo.

Otro contexto estudiado en relación al comportamiento intraemprendedor referente a los empleados de la Universidad del Portugal por Valka, Roseira, y Campos, (2020) los resultados muestran que no confirman un efecto de los factores ambientales en la decisión de los empleados para realizar acciones de intraemprendimiento a pesar del sector contar con un alto dinamismo de oportunidades, crecimiento y rivalidad competitiva que esto debería generar acciones de emprendimiento corporativo, es decir que los entornos hostiles y munificentes no se pueden ver representado significativamente en este sector recae en la discusión la posibilidad de no presentarse dichas dimensiones debido por ser un entorno público.

Los estudios realizados por Galván (2018) de los factores ambientales en el sector de desarrollo de software en el norte de México, el comportamiento de dichas dimensiones no fueron consideradas significativas en el contexto estudiado, las dimensiones de munificencia y hostilidad no influyen para el desarrollo de las conductas intraemprendedoras, a pesar de que el estudio se haya realizado en

México y en un sector que desarrolla innovación, apertura al mercado no muestran resultados favorables, esto puede dar como respuesta que no se tiene igual que al contexto comercio un conocimiento amplio sobre las acciones que implican desarrollar el emprendimiento corporativo.

Por otra parte, Gil-López, Arzubíaga, Román, y De Massis, (2020) en sus estudios realizados en el sector de operadores de correos muestran que el entorno ambiental no es significativo es decir no se tiene un interés por la adaptación de cambios, a las nuevas necesidades, la atención a la demanda de clientes y no poder aprovechar el mercado para las implementaciones de acciones como el desarrollo de tecnología considerado la competencia global competitiva.

Así mismos estudios realizados en Indonesia por Lestari (2020) en el sector de arrendamiento dichas dimensiones consideran que los entornos influyen significativamente que, si propician con la intención empresarial, el ambiente en donde se desarrolló la investigación la munificencia y hostilidad da la apertura de grandes oportunidades para las compañías en financiamiento para que amplíen sus actividades en donde buscan las oportunidades para su desarrollo y crecimiento.

De acuerdo a lo expuesto en los párrafos anteriores en donde en la actualidad se realizan estudios con el fin de comprender si se presentan los factores ambientales y la influencia en el comportamiento intraemprendedor, se puede observar que existen contradicciones referente a los primeros estudios que utilizaron estas dimensiones, propuestos y validados por los autores Ginsber (1990), Covin y Slevin (1991), Zahra (1991) o Antoncic y Hisrich (2001), Ireland (2009) en donde mencionan que los factores ambientales se pueden presentar en cualquier organización sin importar el tamaño o el sector que se enfoca la organización, en donde estos autores a través de sus diversos estudios muestran que los factores ambientales influyen positivamente en el sector manufacturero de Estados Unidos, seguido también en el sector comercio de manufactura y servicios de transporte y construcción tienen una significancia positiva reflejan en sus modelos que si se generan las acciones de intraemprendimiento corporativo y así mismo como estudios de Zehir y Balak (2018) quienes en su investigación estudian la

construcción multidimensional de la variable de dinamismo en el área tecnológico, desarrollo de la industria y demanda de nuevos productos en empresas de diversos sectores diversos en Turquía se presentaron resultados positivos y significativos entre las variables.

Es importante mencionar que la mayoría de los estudios son significativos en la influencia al emprendimiento corporativo presentado en párrafos anteriores, en donde los modelos son aplicados y desarrollados en economías emergentes o en economías subdesarrolladas, contextos diferentes en donde implementan tecnología, los empleados se encuentran capacitados, donde existe una cultura empresarial con los integrantes de la estructura organizacional así mismo se tiene un conocimiento amplio sobre la importancia del emprendimiento y el valor importante del capital humano en las organizaciones y esto coadyuva que se desarrollen acciones de emprendimiento interno.

El contexto estudiado en el sector comercio del municipio de Ensenada en México los factores ambientales no muestran una significación positiva a diferencia de los resultados donde sí se observa una significancia positiva a pesar de ser un contexto similar las dimensiones hostiles y munificentes no se pueden presentar debido a que este contexto se encuentra en empresas tradicionales donde no figura el atender estrategias para hacer frente a la competencia, en donde el empleado se limita a aplicar el empoderamiento, solo tiene permitido trabajar y no a ser creativo y no tener una cultura empresarial abierta, así mismo las empresas no buscan tener un mayor posicionamiento en el mercado debido a que en el sector no existen competidores fuertes, no desarrollan e implementan estrategias encaminadas a tener un posicionamiento en el mercado, no presentan renovación estratégica, no buscan propuestas de innovación en sus procesos, carecen de estrategias a incentivar y motivar a sus líderes para generar ideas hacia una visión emprendedora y la falta de conocimiento para la implementación de una cultura empresarial más apegadas a las acciones de emprendimiento.

A pesar de que las organizaciones en este contexto comercio cuenten con una estructura de empleados adecuada y quienes en su mayoría están formados por

una carrera profesional no desarrollen dichas estrategias hostiles y munificentes por falta de conocimiento y por apoyo por parte de las empresas, ciertamente el municipio de Ensenada, falta el desarrollo de propuestas e iniciativas por parte de estos altos mandos para mejorar el entorno en el que se desenvuelven lograr tener un mayor alcance como los otros sectores donde resulta positivo favoreciendo al desarrollo económico de las mismas organizaciones.

Es importante mencionar que la mayoría de estos estudios se desarrollan con modelos representativos en economías con avance desarrollo económico o en vías de desarrollo, tecnología y en sectores muy avanzando por tal motivo se puede decir que de acuerdo al contexto que se estudia no muestra una significancia debido a la percepción de las empresas desarrolladas presentan otra cultura organizacional diferente a la que actualmente se vive en México, específicamente en Ensenada que carecen de falta de información sobre el tema de intraemprendimiento.

Es decir que la hipótesis planteada como factores organizacionales externos no hay una influencia significativa hacia el comportamiento intraemprendedor en este sentido es rechazada porque no cumple con los criterios establecidos.

Factores Organizacionales Internos

Atendiendo el siguiente objetivo de la investigación en lo que respecta a comprender la influencia de los factores organizacionales internos o antecedentes del intraemprendimiento sobre el comportamiento intraemprendedor, son considerados como aquellos que propician a que se genere dichas acciones emprendedoras (Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; Guth y Ginsber, 1990; Ireland ,2009, Kearney,2013, Kuratko y Audrestch,2013:, Kuratko,2014;, Galvan y Sanchez, 2017,2018) donde se contemplan diversos factores que van desde el área de liderazgo, organizacional, principios de la empresa, políticas reglamentos, las dimensiones que son consideradas dentro del constructo, Soporte de la dirección, autonomía, comunicación, límites organizacionales, recompensas y disponibilidad de tiempo que se evalúan a través del instrumento *Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument* CEAI propuestas por Kuratko et al. (1990) y más adelante Hornsby et al. (1999) y reestructurado en 2002 por Hornsby validado en múltiples

investigación (Galván y Sanchez, 2019, Kurato 2014, Moariano, 2010, Garcia, 2017, Badoiu, (2020) Pellegrini (2019), Reibenspiess (2020) donde ciertas dimensiones se asocian positivamente al intraemprendimiento.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se puede observar en el modelo estructural la dimensión soporte de la dirección, autonomía y disponibilidad de tiempo fueron descartadas ya que no cumplían los criterios a las cargas factorial y que no representaban más del 50% del constructo, dichos ítems no contribuyen a un en el ajuste del modelo por tal motivo su eliminación fue necesaria a pesar que en otros estudios como Galván y Sánchez, (2019), muestran un estudio a 144 empleados de rango medio del sector de transportes en el noroeste en México, muestran un impacto positivo y significativo en soporte administrativo y la disponibilidad de tiempo y la autonomía moderadamente, así mismo Agapie, Vizitiu, Cristache,, Năstase,, Crăciun, y Molănescu, (2018) estudio realizado en las 6 dimensiones mencionadas en instituciones bancarios, el estudio realizado el contexto bancario de pakistan muestran que cumplen satisfactoriamente las dimensiones explicada Umrani,y Mahmood, (2015) así mismo el estudio por Kim y Park, (2020) aplicado en corporaciones nacionales de corea del sur se validan dichas dimensiones de manera significativa hacia el comportamiento intraemprendedor.

De acuerdo a la propuesta por Neessen, Caniëls,Vos De Jong (2019).hacia un modelo integrador La discreción en el trabajo y dar autonomía a los empleados en su trabajo es otra de las dimensiones que influyen en el intraemprendedor. Dar al empleado la libertad de diseñar su trabajo y descentralizar el proceso de toma de decisiones da como resultado más actividades intraemprendedoras. También aumenta la autoeficacia de los empleados. Las recompensas deben estar en línea con los objetivos y deben basarse en los resultados. Las recompensas aumentan la disposición de un empleado a participar en proyectos innovadores. Esta investigación también muestra que no es suficiente centrarse solo en los aspectos conductuales de la innovación, la proactividad y la asunción de riesgos al investigar al empleado.

Seguido estudio por Lges, Marques, Ferreira (2017) estudio aplicado en industria de servicios de salud, incluidos los sectores privados, público y social en Portugal, abarcó a 202 profesionales de 45 organizaciones. Los factores internos de la organización considerados son: (1) el apoyo de la administración, en la medida en que los gerentes de alto nivel facilitan y promueven el comportamiento intraempresarial al apoyar ideas innovadoras y proporcionar los recursos necesarios para su implementación; (2) autonomía, es decir, la tolerancia que tiene la organización en relación a los errores y fallas, y la capacidad de delegar autoridad y responsabilidad a mandos intermedios y empleados; (3) recompensas, que se relacionan con el desarrollo de comportamientos que fomentan la innovación y los respectivos riesgos; (4) disponibilidad de tiempo, que permite a los empleados desarrollar actividades empresariales innovadoras y alcanzar los objetivos de corto y largo plazo de la organización; y, finalmente, (5) procedimientos organizacionales, es decir, el desarrollo de mecanismos que permitan la evaluación, selección y uso de innovaciones, y la explicación precisa de los resultados esperados del trabajo realizado por los gerentes y empleados en la organización.

De acuerdo a Kupka, 2019 en su investigación en organizaciones innovadoras en Brasil. La autonomía en el trabajo es un factor que suscita muchos análisis. Una persona o el equipo necesita tener la sensación de libertad en la toma de decisiones para adquirir confianza en proponer ideas que resultan en innovaciones, recompensas, no significa específicamente algo ligado a un valor económico, sino todo y cualquier experiencia que demuestre a los empleados que sus acciones fueron reconocidas y premiadas. La disponibilidad de tiempo es quizás uno de los factores más difíciles de ser alcanzados por las organizaciones, ya que debido a la alta competencia que enfrentan en el mercado, los gerentes sobresalen en el mantenimiento de la producción, reduciendo el tiempo concedido para el intraemprendimiento. Si es necesario reservar tiempo de la carga de trabajo del empleado, para que pueda el intraempresarial crear, innovar. Sin el tiempo adecuado disponible, la organización se convierte en rehén de sus procesos actuales, lo que puede reflejar un problema con sus competidores del mercado.

Límites organizacionales. Según lo analizado, todas las organizaciones participantes lograron un resultado inferior a lo esperado en este factor.

Es contradictorio a las validaciones del instrumento CEAI con sus dimensiones de acuerdo a los siguientes estudios, Gálvez y García, (2013), Solarte, Lema y Guijarro (2015), García, (2017) y Hernández, Herrera y Ramírez (2018) Dichas dimensiones no son totalmente válidas, en donde existen dimensiones que presentan niveles inferiores a lo esperado, dichos estudios se han realizado en empresas de Colombia, sector servicio de radiodifusión, sector de la construcción, las dimensiones que no responden favorablemente apoyo a la gerencia, recompensas y desempeño organizacional, es decir que por el sector y tamaño de la empresa no se promueve la cultura intraemprendedora.

Presentado en los párrafos anteriores señalando cada uno de los estudios revisando en la aceptación y validación de dichas dimensiones es pertinente mencionar que en este sector estudiado denominado comercio en el municipio de Ensenada, se identifica que no existe el soporte de la dirección es decir que en las organizaciones presentan estructura organizacional muy simples, no aceptan propuestas de los empleados, métodos, procesos, no trabajan las relaciones de funcionalidad en los puestos, no se presenta autonomía para las actividades y el tiempo muy escaso cumpliendo con los que corresponde a una jornada laboral lo cual causa el efecto de no generar las acciones de intraemprendimiento.

El objetivo e hipótesis planteada referente a la variable factores organizacionales internos y su influencia en el comportamiento intraemprendedor, a pesar de que se tuvo que eliminar 3 dimensiones de las 6 que integran el constructo mencionado y de acuerdo a los indicadores de evaluación del modelo de medida estructural, cargas factoriales, hay una influencia significativa con el nivel de confianza de 99.9% y su p valor es menor de 0.001 por tal motivo dicha hipótesis se acepta con las dimensiones aceptadas de comunicación, límites organizacionales, recompensas que sí se perciben de manera positiva para generar las acciones de intraemprendimiento en el sector comercio del municipio de Ensenada, Baja California.

Características Individuales

El objetivo propuesto es evaluar si las características individuales tienen una influencia en el desarrollo del comportamiento intraemprendedor, en donde de acuerdo a Nesessen, (2019) presenta el nuevo constructo y la importancia de evaluar los comportamientos individuales en la percepción de las propias habilidades, destrezas, conocimientos y experiencias pasadas de los empleados con el fin de comprender su estrecha relación al emprendimiento corporativo.

Así mismo McClelland (1915) describe la teoría de la personalidad en donde muestra que la formación personal está influenciada por el entorno familiar, social y cultural, siendo la personalidad la organización dinámica que estudia la relación entre los estímulos físicos y las sensaciones que determinen su comportamiento y pensamiento es decir que la personalidad construye el comportamiento de un individuo (Farrukh., 2017).

Para efectos del estudio realizado en las empresas del sector comercio, las características individuales muestran una significancia hacia el comportamiento intraemprendedor es decir que la representación de dicha variable muestra que los hombres y mujeres con niveles de estudios de preparatoria y profesionales con rangos de gerencia, administrativos y mandos medios muestran rasgos de personalidad como valores, actitudes, experiencias, habilidades de la organizaciones, niveles de control de impulsos y comportamiento dirigidos a metas valoran ciertamente las acciones que pueden desarrollar las acciones intraemprendedoras.

No obstante, a pesar de que las organizaciones en este sector comercio no cuenten con una filosofía estructural amplia o carezcan de falta de conocimiento del tema los empleados muestran interés y cuentan con ciertas actividades individuales que puede contribuir en la organización a que se pueda generar las acciones intraemprendedoras.

El estudio realizado por De Bessa (2020) en Brasil en la ciudad de Horizonte en académicos universitarios en donde se puede ver que de acuerdo al contexto

aplicado los rasgos de personaliza a emprendedores varían solo en intensidad en donde las apertura de experiencias, conciencia, extrovertido muestras una significancia positiva excluyendo a neuroticismo es decir que dentro de esta área estudiada no se tienen la parte de confianza, seguridad y tener una estabilidad, así mismo en el sector comercio dichas dimensiones fueron consideradas de manera positiva, que los empleados administrativos y encargados de área consideran que la personalidad influye a generar estos cambios positivos dentro de las organizaciones.

Otros estudios que complementan la aceptación de las características individuales aplicados en otros por Bergner (2020), MahMoud y Puespwidjojo (2020), Obschonka, Hakkarainen, et al. (2017), Obschonka y Stuetzer (2017) confirman que las características individuales que integran la extroversión, agradabilidad, conciencia, la apertura a la experiencia pasada, percepción de capacidades afectan positivamente en el comportamiento intraemprendedor porque presentan los empleados un alto nivel de actividad, optimismo, relaciones interpersonales, niveles de consideración, control de impulsos, curiosos, no apegarse a los conocimientos que tienen, siendo contextos diferentes y unidad de análisis diferentes la aceptación se presenta debido a que el individuo tiene las capacidades para atender de manera inmediata a los cambios, siendo características propias del ser humano de adaptarse en cualquier entorno y organización.

Mientras los estudios realizados por Zhaot (2010) muestran que el neuroticismo y apertura afecta negativamente al comportamiento intraemprendedor ya que esta dimensión no presentó valores satisfactorios en el modelo estadístico realizado y no pudo ser considerado como parte de los resultados positivos, así mismo se muestran en el estudio de la presente investigación en el contexto en las empresas del sector comercio dichas dimensiones su comportamiento fue negativo donde se puede apreciar que los hombres y mujeres de este sector carecen de una falta de confianza, inseguridades, inestabilidad cambios de humor, habilidad de expresarse, empatía, esto puede dar indicios que en las organizaciones se vive un entorno muy demandante dentro del área laboral por tal sentido los empleados lo perciben de

manera directa y no suelen expresar sus ideas para desarrollar acciones de intraemprendimiento.

De acuerdo a Bergner (2020) Farrukh et al. (2016) y Zampetakis et al. (2009), los rasgos de personalidad ya mencionados arrojaron en el contexto académico tienden a aumentar sus habilidades y el reconocimiento de oportunidades, se dice que influyen significativamente en el intraemprendedor, así mismo con las dimensiones extrovertido y apertura de adaptarse al contexto.

De acuerdo a los párrafos descritos y los resultados obtenidos en el modelo estructural se acepta dicho objetivo de las características individuales ya que muestra una significancia positiva con el comportamiento intraemprendedor en el contexto del sector comercio, los gerentes, jefes de área y administrativos presentan rasgos de personalidad que permiten a la organización tener empleados con alto grado de iniciativa a los cambios que se presentan en el entorno y que ciertamente estas características contribuirán a que las organizaciones puedan dejar su modelo tradicional a un esquema que pueda propiciar a la generación de acciones de intraemprendimiento.

5.3 Conclusiones

A través de los resultados obtenidos en la investigación presentados previamente con anterioridad en el apartado de resultados y discusiones se concluye con la siguiente información que es considerado importante dentro del sector aplicado dicho estudio.

El trabajar con temas de intraemprendimiento siempre será relevante e importante ya que despierta un gran interés por realizar investigaciones en las áreas económicas administrativas, ya que representan impactos económicos en diferentes contextos donde se pudieran desarrollar y que son considerados como factores clave para que las organizaciones promuevan estrategias en beneficio del escalamiento y desarrollo de las empresas.

Después de los resultados obtenidos es importante la búsqueda de alternativas para impulsar el desarrollo del intraemprendimiento dentro de las organizaciones

analizadas del sector comercio evaluando los entornos que favorezcan a las empresas, por una parte dejar su modelo tradicional e implementar modelos innovadores competitivos, que motiven e impulsen a sus empleados en la toma de decisiones, propuestas de mejoras y desarrollo de nuevos productos con la finalidad de promover las acciones de intraemprendimiento, contribuirán a desarrollar mejores prácticas empresariales para tener una organización innovadora y así mismo poder tener un área de oportunidad para nuevas líneas de investigación con el fin de comprender dicho fenómeno.

Se hace hincapié en el desarrollo de investigaciones que cuenten con mejores alternativas para abordar el estudio de dicho fenómeno del intraemprendimiento, a partir de estudios cualitativos y cuantitativos con el fin de poder comprender las conductas y los cambios que estas se pudieran generar dentro de las organizaciones, acciones de política gubernamental considerado como una nueva línea de investigación.

El 51% de los encuestados corresponden al sexo masculino mientras que 49% al sexo femenino de la población estudiada siendo que las edades se encuentran de los 26 a 35 años y de los 36 a 45 años, se encuentran integrados como jefes de área, administrativos y gerencias dentro del sector comercio, en donde su mayoría cuentan con el nivel licenciatura seguido de preparatoria y por último maestría es decir que las empresas del sector comercio específicamente en el municipio de Ensenada no importan tanto el nivel de estudios de su personal para desempeñar las funciones dentro de la empresa, lo importante es el desarrollo y eficiencia de sus actividades.

El término intraemprendimiento no es identificado claramente por los empleados mencionados en el párrafo anterior de acuerdo a los sujetos de estudios evaluador, su nivel de estudios, antigüedad en el puesto e identificar el entorno en el que se desenvuelve la empresa y así mismo la experiencia con la que cuentan no logran identificar la importancia de las acciones de emprendimiento e intraemprendimiento como un fenómeno que contribuye al desarrollo y posicionamiento de las organizaciones en el mercado competitivo.

Dentro de los modelos evaluados con el tema del intraemprendimiento muestran factores propios de las organizaciones, específicamente la dinámica comercial en economías que se encuentran desarrolladas y subdesarrolladas. Mientras que las investigaciones empíricas muestran escasos resultados con la determinación del emprendimiento corporativo o intraemprendimiento, se fundamentan en la aplicación de modelos estadísticos.

Los factores organizacionales externos en el sector comercio del municipio de Ensenada, en México no se perciben como características que realizan la actividad intraemprendedora, pero a pesar de estos resultados, sería interesante evaluar en futuras líneas de investigación en un sector específico y mientras que la dimensión de hostilidad no limita las acciones emprendedoras a diferencia de Munificencia.

Seguido los factores organizacionales internos, los que condicionan las acciones del comportamiento intraemprendedor son autonomía, soporte de la dirección y disponibilidad que no contribuyen a la generación de ideas. Partiendo de estos resultados se puede mencionar existe una incongruencia en la filosofía de las organizaciones del sector comercio porque por parte de los empleados consideran que hay una comunicación interna, existen actividades marcadas referente a los puestos, las relaciones de los puestos se encuentran diseñadas adecuadamente y así como los incentivos hacia los empleados que desarrollan sus actividades es importante brindar el tiempo a los empleados para identificar estos elementos que contribuirán a tener organizaciones con una apertura más abierta a las acciones de emprendimiento corporativo.

Si bien es cierto que los factores organizacionales internos presentan resultados significativos, los empleados presentan acciones orientadas al emprendimiento de acuerdo a lo evaluado en ese sentido debería tener la organización una filosofía congruente que promueva el soporte a la dirección, autonomía de los encargados de área para el desarrollo de nuevas ideas en donde se vean representados los subsidios, la disponibilidad de tiempo y comunicación que contribuirán a que los empleados promuevan dichos comportamientos.

Finalmente, las características individuales representan significativamente al comportamiento intraemprendedor, es decir que los rasgos de personalidad en mandos medios de las organizaciones del sector comercio se encuentran y se adaptan al cambio a través de la percepción de capacidades, conciencia, percepción de capacidades y extrovertidos para promover los comportamientos hacia las acciones de intraemprendimiento. Siendo un área de oportunidad para las organizaciones de este sector tener iniciativas que permitan a los empleados mejorar la apertura y neuroticismo.

En este sentido los factores que no condicionan las acciones intraemprendedoras son las capacidades propias y relación con la organización en donde los empleados de acuerdo a sus rasgos de personalidad hacen frente a los desafíos que enfrentan las empresa y cada problema o éxito de las empresas de este sector los consideran como parte de ellos, por ello la importancia que las organizaciones valoren a los empleados para las tomas decisiones ya que el desempeño y crecimiento de las empresas dependerá del grado de satisfacción del capital humano.

A pesar de que los resultados obtenidos del estudio del comportamiento intraemprendedor en el sector comercio del municipio de Ensenada Baja California, México, recae la importancia en generar y promover las acciones donde adopten medidas estratégicas en los empleados con la finalidad de fomentar el desarrollo económico del sector analizado en donde se consideren los factores organizacionales externos e internos, así como la personalidad de los empleados referente al intraemprendimiento, impactando dichas acciones en el rendimiento, desarrollo y crecimiento financiero de las empresas.

5.4 Limitaciones

Las limitaciones de la investigación se deben tomar en cuenta la fecha que se realizó (julio, agosto y septiembre del 2021), ya que se mantenía el contexto de pandemia Covid-19 el poder entrar a todas las empresas fue limitado y poder recabar un mayor número de encuestas, así mismo se le atribuye el poco interés de los sujetos de análisis por la falta de conocimiento del tema a pesar de tener un grado de estudios profesionales.

Para el desarrollo de la investigación no se consideraron rangos bajos por la perspectiva de empresa, el proceso es validar si en los mandos medios y jefes de área se pueden tomar decisiones y acciones de emprendimiento internos, considerando medianas empresas es donde se pueden encontrar estas áreas y poder contar con un mayor número de respuestas.

Así mismo de acuerdo a la aplicación de unidad de análisis seleccionada de rangos medios y administración en general en su mayoría a pesar de ser un tema importante en la actualidad no se tenían conocimiento de lo que se trataba el tema y su importancia eso limitó tener más respuestas por parte de los entrevistados.

5.5 Implicaciones prácticas

A través de la realización del proceso de validación ciertamente contribuirá en los diferentes sectores de las empresas comerciales, servicios, industriales, servirá de apoyo teórico y práctico con la finalidad de identificar si las organizaciones de diversos sectores contribuyen o desarrollan acciones de intraemprendimiento en sus empleados.

Así mismo, las empresas que adopten estrategias que coadyuven a generar empleados con intenciones de colaborar de manera interna presentando ideas, estrategias, renovaciones de procesos y propuestas internas, brindando condiciones que facilite la adopción de proyectos intraemprendedores con la finalidad de lograr el crecimiento empresarial y competitivo en el mercado.

Las empresas brindarán información a las organizaciones a desarrollar mecanismos de evaluaciones para identificar cuáles son los factores importantes para motivar el emprendimiento interno, desarrollando modelos innovadores y dando seguimiento para adaptar acciones de intraemprendimiento que contribuirá de manera significativa en el rendimiento organizacional, económico y competitivo en el mercado.

Recomendaciones para el sector empresarial y Universidad

de acuerdo a lo realizado como trabajo de investigación se realizan las siguientes observaciones para el sector empresarial y para la educación media superior.

En las empresas es importante capacitar a los empleados referente a los temas actuales administrativos con la finalidad de fomentar las acciones de liderazgo, toma de decisiones y así poder contribuir en los trabajadores generar acciones de participación interna.

Definir en el sector empresarial los roles de trabajo y definir la estructura organizacional contribuirá en los empleados identifiquen su lugar en el organigrama de la empresa.

Capacitación constante en los empleados y fomentar la participación para generar la confianza y poder generar acciones de renovación, aportación de ideas y así como emprendimientos internos.

Para el área de educación es importante trabajar en los estudiantes referente a la importancia del emprendimiento y su evolución de manera individual y dentro de las empresas.

Trabajar con materias y reforzamiento que contribuyan a generar emprendedores exitosos dentro y fuera de las empresas, a través de una capacitación, cursos que contribuirán a preparar al estudiante referente a la realidad en el mercado laboral.

Trabajar en vinculación con las empresas donde los estudiantes puedan promover y desarrollar acciones de emprendimiento corporativo dentro de estas empresas con la finalidad de identificar dichos términos y su importancia en el desarrollo económico.

5.6 Futuras líneas de investigación

Para futuras líneas de investigación se debe de tomar en cuenta a Kuratko 2010; Turro, López y Urbano 2013, cuando expone que tratar temas de intraemprendimiento es considerado como una de las acciones que representan un impacto en las organizaciones en su crecimiento económico siendo la falta de importancia y conocimiento por parte de las direcciones o coordinaciones, para que se tengan resultados positivos, así como el crecimiento relativo, rendimiento y desempeño financiero de las empresas. Por último, es importante aclarar que estas acciones no son generalizables a otras industrias, por lo que sería interesante a evaluar su conveniencia al margen de las posibilidades de las empresas para su aplicación, dicho término será positivo de acuerdo al sector, empresa y los sujetos de análisis que participan.

De acuerdo a la revisión de la literatura hay estudios cualitativos y cuantitativos para abordar el tema del intraemprendimiento, se puede mencionar que pueden realizarse nuevos modelos que puedan enriquecer en función del sector o áreas donde se desarrolla el fenómeno considerando una perspectiva mixta.

Referencias

Adachi, T., y Hisada, T. (2016). Gender differences in entrepreneurship and intrapreneurship: an empirical analysis. *Small Business Economics*, 48(3), 447-486. doi:10.1007/s11187-016-9793-y

Alcaraz, R. (2015). *El Emprendedor del Éxito*. México: Mc Graw Hill

Antoncic, B. y Hisrich, R. D. (2001), Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation, *Journal of Business Venturing*, 16(5) 495-524.

Antoncic B. y Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*

Antoncic B. y Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*

Antoncic, J., y Antoncic, B. (2011). *Employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth: a model. Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 589–607. doi:10.1108/02635571111133560

Antoncic, B. (2007). Intrapreneurship: A comparative structural equation modeling study. *Industrial Management and Data Systems*,

Abbas, W., y Wu, W. (2019), The moderating role of intrapreneurial personality in relation between leader humility and innovative behaviors, *Human System Management*, 38 (4), 329-337

Albarracín, E. J. G., y de Lema, D. G. P. (2011). Impacto de la cultura intraemprendedora en el rendimiento de las MIPYME del sector turístico colombiano: Un estudio empírico. *Investigación y Ciencia: de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, (52), 27-36.

Alpkan, L., Bulut, C., Gunday, G., Ulusoy, G. y Kilic, K. (2010). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision*, 48 (5), 732-755. doi: 10.1108/0025174101104390

Arias, M. M. (2000). La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. *Investigación y Educación en Enfermería*, 17(1), 13-26

ASEM. (2020). *Radiografía del Emprendimiento en México 2020*. México: Asociación de Emprendedores de México.

Augusto Felício, J., Rodrigues, R., y Caldeirinha, V. R. (2012). The effect of intrapreneurship on corporate performance. *Management Decision*, 50(10), 1717–1738. doi:10.1108/00251741211279567

Álvarez, C. (2013). Innovación, competitividad y nuevos modelos de negocio. *Sinergia e Innovación*, 1 (08). Consultado de: <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/-article/view/89>.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Baena-Luna, P., y García-Río, E (2018). Experiencias en el fomento del intraemprendimiento: el caso del País Vasco

Baena-Luna, P., Liñán, F., y Martínez-Román, J. A. (2019). El intraemprendimiento en las políticas públicas españolas: una comparativa regional. In A. Sánchez-Andrés y J. A. Tomás Carpi (Eds.), *Política Económica 2018 (1a, p. 151)*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Badoiu, G. A., Segarra-Cipres, M., & Escrig-Tena, A. B. (2020). Understanding employees' intrapreneurial behavior: a case study. *Personnel Review*, 18. doi:10.1108/pr-04-2019-0201

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.

Baruah, B. y Ward, A. (2014). Metamorphosis of intrapreneurship as an effective organizational strategy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11 (4), 811-822

Bedi, Harpreet Singh, Entrepreneurship: A State-of-the-Art Review (July 14, 2017). Proceedings of International Conference on Strategies in Volatile and Uncertain Environment for Emerging Markets July 14-15, 2017, Indian Institute of Technology Delhi, New Delhi pp.753-760, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3006534>

Bedoya, M. A., Toro, I. D., y Arango, B. (2017). Emprendimiento corporativo e innovación: Una revisión y futuras líneas de investigación. *Revista Espacios*, 38(17).

Bergner, S. (2020). Being Smart Is Not Enough: Personality Traits and Vocational Interests Incrementally Predict Intention, Status and Success of Leaders and Entrepreneurs Beyond Cognitive Ability. *Frontiers in Psychology*, 11. doi:10.3389/fpsyg.2020.00204

Blanka, C. (2018). An individual-level perspective on intrapreneurship: a review and ways forward. *Review of Managerial Science*, 1-43.

Blackburn, R., Delmar, F., Fayolle, A. y Welter, F. (2014). *Entrepreneurship, People and Organisations: Frontiers in European Entrepreneurship Research*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Bjerke, B. (2007). *Understanding Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Brazael, D. V. (1996). Managing An Entrepreneurial Organizational Environment: A Discriminant Analysis of Organizational Individual Differences between Autonomous Managers and Department Managers. *Journal of Business Research*

Bosma, N., Wennekers, S., Guerrero, M., Amorós, J. E., Martiarena, A. y Singer, S. (2013). *The Global Entrepreneurship Monitor. Special report on entrepreneurial employee activity*. London: GERA.

Borsotti, C. (2007). *Temas de metodología de la investigación en ciencias sociales y empíricas*. Buenos Aires: Mino y Dávila Editores.

Burgelman, RA. (1983) Corporate entrepreneurship and strategic management: insights from a process study. *Management Science*, 29 (12), 1349-1364.

Cabana S.R., Narea H.J. & Orrego D.R (2018) Factores determinantes de la conducta intraemprendedora en pequeñas y medias empresas (pymes) de la región de Coquimbo en Chile, Información tecnológica Vol 29 167-178 2018

Cabrera Cruz, A. A., Martínez Prats, G., y Dupeyron Cortes, L. C. (2019). Uso de la contabilidad administrativa y la importancia de las PYMES de México. Caribeña de Ciencias Sociales, (julio).

Calabuig, F. y González-Serrano, M.H. (2017). Mercado laboral deportivo: necesidad de entrepreneurs y de intrapreneurs. En J. García-Fernández (Ed.), Busca tu futuro, emprende en deporte (pp. 25-36). Sevilla, España: Aranzadi editorial

Castro, B., Alberto, M. A., Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107.

Cazau, P. 2006. Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. Tercera Edición. Buenos Aires, Marzo 2006. Módulo 404 Red de Psicología online – www.galeon.com/pcazau

Cangur, S. y Ercan I. 2015. Comparación de los índices de ajuste del modelo utilizados en la ecuación estructural Modelado bajo normalidad multivariante. *Revista de métodos estadísticos aplicados modernos*. Vol. 14, No. 1: 152 - 167.

Centro Metropolitano de información Económica y Empresarial CEMDI (2020) https://cemdi.org.mx/sitio/estadisticas_por_tema.aspx

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. doi:10.1016/s0883-9026(97)00029-3

Contreras, F., Barbosa, D., & Espinosa, J. C. (2010). Personalidad, inteligencia emocional y afectividad en estudiantes universitarios de áreas empresariales Implicaciones para la formación de líderes. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 6(1), 65-79.

Covin, T. J. y Kilmann, R. H. (1990). Participant perceptions of positive and negative influences on large-scale change. *Group & Organization Studies*, 15, 233-48. doi: 10.1177/105960119001500207

Covin, j.g. y Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (1), 7-25.

Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30. doi: 10.1080/135943200398030

Dávila, M. A. T., y Vásquez, A. G. (2008). Intraemprendimiento: una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos de Administración*, 21(35), 37-63.

De Villiers-Scheepers, M. J. (2012). Antecedents of strategic corporate entrepreneurship. *European Business Review*, 24 (5), 400-424. doi: 10.1108/09555341211254508

Directorio estadístico nacional de unidades economía (DENUE, 2020).

Díaz, M. W. S., & Taulet, A. C. (2008). Estudio comparativo entre personalidad de marca ideal vs. percibida: aplicación a las compañías aéreas. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18(31), 61-75.

Douglas E. y Fitzsimmons J. (2013). Intrapreneurial intentions versus entrepreneurial intentions: distinct constructs with different antecedents. 41:115–132

Duncan, W. J., Ginter, P. M., Rucks, A. C., y Jacobs, T. D. (1988). Intrapreneuring and the reinvention of the corporation. *Business Horizons*, 31 (3), 16-21. doi: /10.1016/0007- 6813(88)90004

Domínguez, X. I. P., Vargas, J. L. D., Mora, G. I. M., Correa, L. F. M., & Cih, G. I. D. (2020) ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LAS PYMES EN MÉXICO.

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

Falola, H. O., Salau, O. P., Olokundun, M. A., Oyafunke-Omoniy, C. O., Ibidunni, A. S., & Oludayo, O. A. (2018). Employees' intrapreneurial engagement initiatives and its influence on organisational survival. *Business: Theory and Practice*, 19, 9-16.

Felguera, T. y Gouvela, R. (2018). I-ENTRE-U: an individual entrepreneurial orientation scale for teachers and researchers in higher education institutions. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*

Forbes. (2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. <https://www.forbes.com.mx/PyMEs-mexicanas-un-panorama-para-2018/>

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires Argentina.

Gálvez, E., y García, D. (2011) .Impacto de la cultura intraemprededora en el rendimiento de las MIPYME del sector turístico colombiano: Un estudio empírico. *Investigación y Ciencia: de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*.

Gálvez, E. (2011). Cultura intraemprededora e innovación en las: Un estudio empírico en las MIPYME, *Cuadernos de Administración Universidad del Valle*, 27(46).

Galván, E. y Sánchez, M. L. (2017). Autonomía y recompensas como factores organizacionales detonantes de la actividad intraemprededora. *Ciencias Administrativas, Teoría y Práxis*,

Galván, E. y Sánchez, M. L. (2018). Conceptualization and Characterization of Intrapreneurship: an Exploratory Study. *Revista Dimensión Empresarial*

Galindo, M. A. (2009). El comportamiento de los emprendedores españoles en 2008. *Boletín Económico del ICE. Información Comercial Española*, 2962, 23-32.

García Gómez, S. C. (2017). Percepción de trabajadores colombianos frente al comportamiento intra-emprededor (Bachelor's thesis, Universidad de La Sabana).

GEM (2021). 2020 Framework Conditions Review. Disponible en: <https://www.gemconsortium.org/economy-profiles/mexico-2>.

GEM. (2021). 2020/2021 GLOBAL REPORT. Global Entrepreneurship Research Association. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-globalreport>

González, J. W. H. (2018). Impacto del intraemprendimiento en el crecimiento empresarial de las Pymes del sector turístico de Villavicencio. *Estudios Avanzados*, (29), 75-85.

Ghozali, I. y Latan, H. 2015. Conceptos, técnicas y aplicaciones de mínimos cuadrados parciales utilizando Programa SmartPLS 3.0. Ed. 2do. Agencia Editorial de la Universidad Diponegoro, Semarang.

Guth, W. D. & Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15. <https://www.jstor.org/stable/2486666>

Grundstén, H. (2004). Entrepreneurial Intentions and the Entrepreneurial Environment A Study of Technology-Based New Venture Creation. Dissertation for the degree of Doctor of Science in Technology. Helsinki University of Technology.

Haro, S. G., Ceballos, J. D., y Salazar, M. D. V. (2010). Propuesta de aplicación de la teoría sociológica institucional como marco teórico para el análisis del emprendimiento corporativo. *Gestión Joven" Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas". Young Management" Journal of the Young Iberomeric Group of Accounting and Business Administration".*,(5).

Hair, J. (2007). *Análisis multivariante*. España : Pearson

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. & Black, W. C. (2008). *Análisis Multivariante* (5ta. Ed.). España: Pearson Prentice Hall.

Henseler J., Ringle CM y Sarstedt M. 2015. Un nuevo criterio para evaluar la validez discriminante en Modelado de ecuaciones estructurales basado en la varianza. *Revista de la Academia de Ciencias del Marketing*. Vol. 43: 115 - 135.

Hernández, w. I., Naranjo, t. J., Herrera-Mendoza, k., y Ramirez-Ordoñez, m. (2018). El emprendimiento corporativo (ec): un estudio en el sector de radiodifusión sonora en la ciudad barranquilla-colombia. *Revista espacios*, 39(09).

Hornsby, j.S., Kuratko, D.F.y Zahra, S.A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale, *Journal of Business Venturing*, 17 (3), 253-274

Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a New General Self-Efficacy Scale. *Organizational Research Methods*, 4(1), 62-83. doi:10.1177/109442810141004

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI 2014,

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI 2014 (SCIAN 2018).

Ireland, D.R. y Webb, J.W. (2007). Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation. *Business Horizons*, 50 (1), 49-59.

Ireland, R.D., Hitt, M.A. Y Simon, D.G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963-989.

Ireland, R. D., Covin, J. G. y Kuratko D. F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (1), 19-46.

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287-302. doi:10.1348/096317900167038

Jones, G. R., & Butler, J. E. (1992). Managing Internal Corporate Entrepreneurship - An agency theory perspective. *Journal of Management*, 18(4), 733-749. doi:10.1177/014920639201800408.

Kacperczyk, A. J. (2012). Opportunity Structures in Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 57(3), 484-521. doi:10.1177/0001839212462675

Kearney, C., Hisrich, R. D. y Antoncic, B. (2013). The mediating role of corporate entrepreneurship for external environment effects on performance. *Journal of Business Economics and Management*, 14(sup1), S328-S357.

Kerlinger, F. N. & Lee, H. B. (1983). *Investigación del comportamiento*. México: McGrawHill.

Knight, R. (1987). Corporate Innovation and Entrepreneurship: A Canadian Study. *Journal of Product Innovation Management*, 4, 284-297

Kuratko, D. F., Montagno, G. y Hornsby, J. S. (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for effective corporate entrepreneurial environment. *Strategic Management Journal*, 2 (Summer), 49-58. <https://www.jstor.org/stable/2486669>

Kuratko, D. y Hoegestts, R. (1992). *Entrepreneurship a Contemporary approach*, second edition, USA, Driden Press

Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G. y Hornsby, J. S. (2005). A model of middle level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (6).

Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. y Covin, J. G. (2014). Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Business Horizons*, 57 (1), 37-47. doi: 10.1016/j.bushor.2013.08.009

Kuratko, D. (2007). Corporate Entrepreneurship, Foundations and Trends in Entrepreneurship, 3 (2), 1-51. Kelley School of Business, Indiana University, USA

Korunka, C., Frank, H., Lueger, M., y Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – a configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 23-42. doi: 10.1111/1540-8520.00030

Lages, M., Marques, C. S., Ferreira, J. J. M., & Ferreira, F. A. F. (2017). Intrapreneurship and firm entrepreneurial orientation: insights from the health care

service industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(3), 837-854. doi:10.1007/s11365-016-0428-1

Lambert Briceño, A. J. (2016). *Cultura intraempresarial y la innovación de los micro y pequeños empresarios del calzado*. Trujillo. Año 2016.

López, J. E. N., Martínez, P. A., & Riveros, P. H. (2004). La diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades. *Cuadernos de estudios empresariales*, (14), 87-104.

Ma, H., Liu, T. Q., y Karri, R. (2016). Internal corporate venturing. *Organizational Dynamics*, 2(45), 114-123.

Mejía, J. (2017). *Las ciencias de la administración y el análisis multivariante. Proyectos de investigación, análisis y discusión de resultados. Tomo II: Técnicas interdependientes*. 216 México: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. ISBN: 978-607-742-774-2.

Monteagudo, I. C., & Martínez, M. S. C. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. *Información comercial española, ICE: Revista de economía*, (845), 121-134.

Moutinho, R., Au-Yong-Oliveira, M., Coelho, A., & Manso, J. P. (2016). Determinants of knowledge-based entrepreneurship: an exploratory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 171-197. doi:10.1007/s11365-014-0339-y

Mohedano-Suanes A. y Garzón, D. (2018) Intrapreneurs: Characteristics and Behavior. En: Tur Porcar A., Ribeiro Soriano D. (Eds) *Inside the Mind of the Entrepreneur. Contributions to Management Science*. Springer, Cham. doi: 10.1007/978-3-319-62455-6

Morris, M. H., Kuratko, D. F. y Covin, J. G. (2010). *Corporate entrepreneurship & innovation*. Cengage Learning.

Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G., y Lévy Mangin, J.-P. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship.

International Entrepreneurship and Management Journal, 10(1), 103-119.
doi:10.1007/s11365-011-0196-x

Neessen, P. C., Caniëls, M. C., Vos, B., & De Jong, J. P. (2019). The intrapreneurial employee: toward an integrated model of intrapreneurship and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 545-571, <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0552-1>.

Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203-231. doi:10.1007/s11187-016-9821-y

Ospina, R. P., Acosta-prado, J. C., y castrillon, M. A. G. (2016). Intraemprendimiento y emprendimiento corporativo. Estrategias de renovación empresarial en Colombia. *Revista ESPACIOS| Vol. 37 (Nº 34) Año 2016*.

Parker, S. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 26, 19-34

Pinchot, G.I., y Pinchot, E.S. (1978). Intra-corporate entrepreneurship. Disponible en: <http://intrapreneur.com/MainPages/History/IntraCorp.html>

Pinchot, G. (1985). *Intrapreneurship*. New York, USA: Harper and Row.

Pellegrini, C., Annunziata, E., Rizzi, F., & Frey, M. (2019). The role of networks and sustainable intrapreneurship as interactive drivers catalyzing the adoption of sustainable innovation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(5), 1026-1048. doi:10.1002/csr.1784

Prats, G. M., Cornelio, H. A. R., & Franco, F. D. J. M. (2019). Emprendimiento y competitividad internacional en México

Rangel, F. A. A., Navarro, I. E. B., & Márquez, R. L. R. (2020). Intraemprendimiento como elemento fundamental en las organizaciones del siglo XXI. *ECONÓMICAS CUC*, 41(1).

Ruíz, M.A., Pardo, A. y San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 31 (1), 34-45

Trujillo, M. A. y Guzmán, A. (2008). Intraemprendimiento: Una revisión al constructo teórico, sus implicaciones y agenda de investigación futura. *Cuadernos de Administración*, 21 (35), pp. 37-63.

Tovar, Y. S., Limón, M. L. S., & Salazar, I. S. Relación de la cultura intraemprendedora en el rendimiento organizacional de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) victorenses.

Urban, B., & Wood, E. (2017). The innovating firm as corporate entrepreneurship. *European Journal of Innovation Management*, 20(4), 534-556. doi:10.1108/ejim-10-2016-0100

Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41 (1), 109-119. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80511492008>.

Sarstedt M., Ringle C.M., dan Hair J.F. 2017. Partial Least Square Structural Equation Modeling. Dalam : Homburg C., Klarmann M., Vomberg A. (eds) *Handbook of Marketing Research*. Springer, Cham.

Sharma, P. y Chrisman, J.J. (1999). Towards reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (1), 11-27.

SCIAN (2018) Sistema de clasificación industrial de América del Norte. <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>

Saavedra, R., Morones, A. y Martínez, G. (2021). «El robo como obstáculo para el emprendimiento en México, 2005-2018». *Análisis Económico*, 36 (9), 145-163.

Silva, M.F. (2014). El concepto del emprendedorismo: ¿Todavía hay un problema? *Revista Capital Científico-Eletrônica* 22(2), 222- 227

Solarte, M. G., de Lema, D. G. P., & Guijarro, A. M. (2015). El efecto del género del gerente y la cultura intraemprendedora en el rendimiento organizacional: Pymes de Murcia. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 4, 8-18.

Staub, S., Nart, S., y Dayan, H. (2019). The Role of Supportive Leader in Influencing Intrapreneurship and Innovation: A Study on the Printing Houses in Topkapi, Istanbul. *International Journal of Innovation and Technology Management (IJITM)*, 16(04), 1-11.

Susbauer, J. (1973). *Intracorporate Entrepreneurship: Programs in American Industry*. Cleveland: Cleveland State University.

Turró, A., Urbano, D. y Peris-Ortiz, M. (2014). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*.

Umrani, W. A., & Mahmood, R. (2015). Examining the dimensions of corporate entrepreneurship construct: a validation study in the Pakistani banking context. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 278. Doi:10.5901/mjss.2015.v6n6p278

Varela, J., e Irizar, I. (2009). Caracterización de los Intraemprendimientos en el Grupo Mondragón de España y en las empresas de Ibagué en Colombia. Recuperado el 21 de enero de 2011 de: <http://www.clee2008.ufsc.br/31.pdf>

Van Wyk, R. y Adonisi, M. (2012). Antecedents of corporate entrepreneurship. *South African Journal of Business Management*, 43 (3), 65-78. <https://repository.up.ac.za/handle/2263/21994>

Vela, E. G., y Limón, M. L. S. (2019). Factores organizacionales relacionados con el comportamiento intraemprendedor. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 29(71), 55-68.

Vázquez Barquero, A. (2000). Desarrollo endógeno y globalización. *Scielo*, 26(79).

Veciana, J. M. (1996). Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: "venture management" o "corporate entrepreneurship". *Economía Industrial*, 310, 79-90.

Vesalainen, J. y Pihkala, T. (1999). Entrepreneurial identities, intentions and the effect of pushfactors. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 5(2), 1-24.

Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6 (4), 259-285. doi: 10.1016/0883- 9026(91)90019-A

Zahra, S. A. (1993). *Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. Journal of Business Venturing*, 8(4), 319–340. doi:10.1016/0883-9026(93)90003-n

Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. doi:10.1037/0021- 9010.91.2.259

Wang, Y. L., Ellinger, A. D., & Wu, Y. C. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*, 51(1-2), 248-266. doi:10.1108/00251741311301803.

Williamson, Amanda, Wiklund, Johan, Ward, M. K., Wach, Dominika, Tran, Mi, Torrès, Olivier, Thomas, Nicola, Sekiguchi, Tomoki, Salusse, Marcus, Sahasranamam, Sreevas, Rosati, Francesco, Qu, Jing, Parker, Sharon, Li, Jun, Leatherbee, Michael, Kovačičová, Zuzana, Khalid, Saddam, Kawakatsu, Satoshi, Iakovleva, Tatiana y Zahid, Mohsin (2021). Entrepreneurship during the Covid-19 Pandemic: A global study of entrepreneurs' challenges, resilience, and well-being.

Woo, H. R. (2018). Personality traits and intrapreneurship: the mediating effect of career adaptability. *Career Development International*.

Wood, J. S. (2005). The development and present state of the theory of entrepreneurship in product and asset markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Kirzner, Shackle and Lachmnan. Austrian Scholars Conference, March, 19.

Wong KK 2013. Técnicas de modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) que utilizan SmartPLS. Boletín de marketing. Vol.24: Nota técnica 1.

Anexos

Instrumento aplicado en la investigación

El objetivo del presente instrumento es conocer tu opinión referente a la influencia de los factores del comportamiento intraemprendedor dentro de la empresa en la cual te encuentras laborando. Por favor lee con atención las siguientes declaraciones y responde según la escala propuesta, dentro del instrumento no existen respuestas correctas o incorrectas para esta afirmación, así que responder lo más acertado posible, la información proporcionada es estrictamente confidencial, se utilizará para fines académicos y de investigación. Muchas gracias por tu apoyo.

Sección I Datos Generales

1 Género	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
2 Edad (Años)	1) 18 a 25 <input type="checkbox"/> 2) 26 a 35 <input type="checkbox"/> 3)36 a 45 <input type="checkbox"/> 4)46 a 55 <input type="checkbox"/> 5) Mayor a 55 <input type="checkbox"/>
3 Ingreso Mensual	1) \$0 a 10,000.00 <input type="checkbox"/> 2) 11,000.00 a 21,000.00 <input type="checkbox"/> 3)22,000.00 a 32,000.00 <input type="checkbox"/> 4) Mayor a 32,000.00 <input type="checkbox"/>
4 Sector de la Empresa	<input type="checkbox"/> 1. Comercio de abarrotes, alimentos, Ultramarinos y Misceláneas <input type="checkbox"/> 2. Comercio de tiendas de autoservicio y departamentales <input type="checkbox"/> 3. Comercio productos textiles, accesorios de vestir y calzado <input type="checkbox"/> 4. Comercio de artículos de papelería <input type="checkbox"/> 5. Comercio enseres domésticos, computadoras, artículos para decoración de interiores. <input type="checkbox"/> 6. Comercios de artículos de Ferretería, tlapalerías y vidrios. <input type="checkbox"/> 7. Comercio de refacciones, lubricantes y combustibles. <input type="checkbox"/> 8. Comercio exclusivamente a través de catálogos impresos, televisiones y similares.
5 Años de la Empresa	
6 Puesto en la empresa	<input type="checkbox"/> 1. Administrador <input type="checkbox"/> 2. Auxiliar administrativo <input type="checkbox"/> 3. Jefe de área de compras. <input type="checkbox"/> 4. Jefe de piso <input type="checkbox"/> 5. Contador

	<input type="checkbox"/> 6. Recursos Humanos <input type="checkbox"/> 7. Director <input type="checkbox"/> 8. Gerente 9. Otro _____
7 Tempo en el cargo años/Meses	
8 Escolaridad	Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Bachillerato <input type="checkbox"/>
	Licenciatura <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/>

Sección II Factores Organizacionales Externos.

Instrucciones: Favor de responder a las siguientes afirmaciones según la escala del 1 al 5 que a continuación se te muestra: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Moderadamente de acuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo.

Afirmaciones Munificencia		1	2	3	4	5
1	La empresa se enfrenta a un sector con muchos competidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	En nuestro sector ha crecido en los aspectos: Ingresos, participación en el mercado durante los últimos 3 años.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	El sector en donde se desenvuelve la empresa es muy rentable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	La renovación de productos en este sector es alto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	En nuestro sector los métodos contables, inventarios, compras cambian frecuentemente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Nuestros consumidores cambian de gustos y preferencias frecuentemente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	En el sector se ofrecen muchas oportunidades para la implementación de tecnología.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Hay oportunidades de crecimiento en este sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	La apertura de nuevas empresas en este sector es relativamente fácil.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	En este sector el mercado brinda oportunidades de introducción de nuevos productos y/o procesos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	La demanda de nuevos productos por parte de los consumidores tiene una tendencia positiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Dentro de la empresa se reciben apoyos gubernamentales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13	Existen políticas públicas del gobierno que fomentan la innovación en este sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	La empresa recibe algún fondo perdido por parte del gobierno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	La empresa ha recurrido a algún tipo de crédito para su desarrollo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Afirmaciones de Hostilidad		1	2	3	4	5
16	En el sector, es difícil predecir la demanda de nuestros clientes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	En el sector las acciones de nuestros competidores ocurren frecuentemente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Los precios de la competencia son un desafío importante para este sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Se enfrenta en un sector con muchos competidores fuertes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	El posicionamiento de la competencia de empresas establecidas o nuevos locales es alta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sección III Factores Organizacionales Internos

Instrucciones: Favor de responder a las siguientes afirmaciones según la escala del 1 al 5 que a continuación se te muestra: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Moderadamente de acuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo.

Soporte de la dirección		1	2	3	4	5
21	En la empresa, se desarrollan nuevas ideas para el método de trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	En la empresa, se implementan métodos propuestos por los trabajadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	En la empresa, se fomenta la participación de los trabajadores en el mejoramiento de la misma.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	En la empresa, los desarrolladores de nuevas ideas pueden tomar decisiones sin pasar el proceso de procedimientos de justificación y aprobación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	En la empresa, a menudo se cuenta con recursos económicos para apoyar las ideas de los empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	En la empresa, el intentar ser emprendedor es visto como algo positivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	En la empresa se apoyan ideas nuevas a pesar de que pudieran tener fracaso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	En la empresa, se brinda apoyo de tiempo libre al empleado para desarrollar ideas de negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Autonomía		1	2	3	4	5
29	Siento que soy mi propio jefe y no tengo que consultar todas mis decisiones con mi jefe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	La empresa, brinda la oportunidad de desarrollar mis habilidades y establecer mis propios métodos para hacer el trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	La empresa me brinda la libertad de hacer mi propio trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Tengo autonomía en mi trabajo y lo hago sin presiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Ocasionalmente sigo métodos de trabajo o pasos para realizar mis actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicación		1	2	3	4	5
34	Los jefes comparten constantemente información que ocurre en el sector.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Los jefes comunican a los empleados la situación interna de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Los jefes comunican a los empleados los planes a futuro de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	La información de los jefes ayuda a tomar decisiones a los empleados en su trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	La información que brindan los jefes orienta a los empleados hacia el cumplimiento de los objetivos de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39	Durante el año pasado, mi supervisor inmediato habló conmigo con frecuencia sobre mi desempeño laboral.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	Fácilmente se puede hablar con los jefes sobre nuevas ideas o inquietudes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Límites Organizacionales		1	2	3	4	5
41	Existen reglas y procedimientos escritos para realizar mis actividades principales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	En mi trabajo no tengo ninguna duda de lo que se espera de mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43	La descripción de mi trabajo especifica claramente los estándares de desempeño sobre los cuales se evalúa mi trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44	Sé claramente qué nivel de desempeño laboral se espera de mí en términos de cantidad, calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45	Las relaciones de autoridad en mi empresa son claras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	Todos los puestos de trabajo en mi empresa son funcionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

47	Fácilmente se puede hablar con los jefes sobre nuevas ideas o inquietudes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recompensas		1	2	3	4	5
48	En la empresa, las recompensas para los empleados se basan en su desempeño.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49	Los jefes apoyan para hacer los trabajos eliminando obstáculos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50	Los jefes comunican a los altos mandos de la empresa sobre desempeños excepcionales de los empleados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51	Los jefes aumentan las responsabilidades laborales si mi desempeño es bueno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52	Los jefes resaltan las ideas innovadoras de los empleados con otras personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponibilidad de tiempo		1	2	3	4	5
53	Cuento con la cantidad de tiempo y carga de trabajo para hacer todo bien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54	Siento que siempre estoy trabajando con limitaciones de tiempo en mi trabajo (Reversa).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55	Mis compañeros de trabajo y yo siempre encontramos tiempo para resolver problemas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56	Mi trabajo está muy estructurado e identificar los problemas organizacionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sección IV Características Individuales

Instrucciones: Favor de responder a las siguientes afirmaciones según la escala del 1 al 5 que a continuación se te muestra: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Moderadamente de acuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo.

Apertura		1	2	3	4	5
57	Siento curiosidad por muchas cosas diferentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58	Tengo valores artísticos y experiencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59	Me gusta reflexionar, jugar con las ideas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agradabilidad		1	2	3	4	5
60	Soy servicial y desinteresado con los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61	No discuto con mis compañeros de trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
62	Tengo naturaleza de perdonar con facilidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

63	Generalmente confi3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conciencia		1	2	3	4	5
64	Soy un trabajador confiable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65	Tiendo a ser organizado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66	Persevero hasta terminar mis actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
67	Hago cosas de manera diferente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Extrovertido		1	2	3	4	5
68	Soy platicador.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
69	Soy una persona con mucho entusiasmo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70	Tiendo ser asertivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neuroticismo		1	2	3	4	5
71	Me deprimofrecuentemente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72	Tiendo a ser relajado adapt3ndome al estr3s.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73	Tiendo a ponerme tenso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
74	Cambio de humor f3cilmente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Percepci3n de capacidades propias		1	2	3	4	5
75	Estoy seguro de lograr las tareas que se me presentan difciles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76	Creo tener 3xito en todas las actividades que me proponga.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
77	Puedo superar con 3xito todos los desaf3os que se me presenten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
78	Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien mis actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
79	Aun cuando las cosas se presentan difciles puedo desempe3arme bien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experiencia pasada y conocimiento		1	2	3	4	5
80	Aprendo de los errores que ocurren durante el trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
81	Puedo recordar informaci3n relacionada con el trabajo de manera r3pida y sencilla.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
82	El conocimiento en mi 3rea, es amplio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relaci3n con la Organizaci3n		1	2	3	4	5

83	Cuando alguien critica a la empresa, lo percibo como un insulto personal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
84	Estoy muy interesado en lo que otros piensan sobre la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
85	Cuando hablo de la empresa suelo decir “ nosotros “ en lugar de “ellos”	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
86	Los éxitos de la empresa los percibo como mis éxitos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
87	Si una noticia en los medios criticara la organización, me sentiría avergonzado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sección V Intraemprendimiento o emprendimiento corporativo

Instrucciones: Favor de responder a las siguientes afirmaciones según la escala del 1 al 5 que a continuación se te muestra: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3=Moderadamente de acuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo.

Innovación		1	2	3	4	5
88	Realizo mis actividades en la empresa desarrollando nuevas propuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
89	Desarrollo nuevos procesos, servicios o productos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
90	Encuentro nuevas formas de hacer las cosas más eficientes y/o productivas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
91	Busco nuevos métodos de trabajo o técnicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
92	Intento involucrar a los miembros de la organización en los procesos de mejora de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proactividad		1	2	3	4	5
93	Adapto el servicio prestado a las necesidades del mercado y respondo con eficiencia sus cambios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
94	Monitoreo los cambios en el contexto y mercado para aplicar resiliencia organizacional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
95	Siempre que sale algo mal, busco una solución inmediata.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reconocimiento de oportunidades		1	2	3	4	5
96	A menudo detecto oportunidades comerciales sobre tendencias en el mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
97	Creo que tengo buena capacidad para detectar oportunidades en el mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
98	Me interesa conocer las necesidades del mercado de nuevos productos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Trabajo en Redes		1	2	3	4	5
99	Me relaciono con otras personas muy fácilmente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
100	El trabajo que realizó cuento con el conocimiento y contactos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
101	Los contactos sociales que tengo son muy importantes para mi vida profesional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
102	Invierto mucho tiempo en la búsqueda de nuevos contactos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gracias por su valioso apoyo.

Operacionalización de las variables

Variable o temática que se mide: Factores Organizacionales Externos (Variable independiente)					
Definición Conceptual: Aspectos que influyen a la orientación intraemprendedora al considerar una medida de recursos, tal es el caso de regulaciones políticas, sociales, económicos, gubernamentales, trabajo colaborativo y su relación con los resultados de procesos de innovación para lograr ventaja competitiva en el mercado (Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; De Villiers-Scheepers, 2012; Guth y Ginsberg, 1990; Zahra 1993; Bedoya, 2017).					
Definición Operacional: Situaciones que impactan el funcionamiento de la empresa y que permite evaluar las condiciones del entorno que propicien el desarrollo de una orientación intraemprendedora.					
Dimensión	Definición conceptual de la dimensión	Definición operacional de la dimensión	Ítems que contiene la dimensión	Referencia	Escala psicométrica a utilizar
	Aspectos que por el dinamismo y	Condiciones externas positivas	1. La empresa se enfrenta a un	Zahra (1991) (1993),	Escala Likert (5 puntos)

<p>Municipalidad</p>	<p>la condiciones ambientales externas favorecen el desarrollo de la organización mediante oportunidades tecnológicas, demanda de nuevos productos (Antoncic y Hisrich, 2001; De Villiers-Scheepers; 2012; Abdrevski y col 2014).</p>	<p>que influyen en el crecimiento de la organización.</p>	<p>sector con muchos competidores.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. En nuestro sector ha crecido en los aspectos: Ingresos, participación en el mercado durante los últimos 3 años. 3. El sector en donde se desenvuelve la empresa es muy rentable. 4. La renovación de productos en este sector es alta. 5. En nuestro sector los métodos contables, inventarios, compras cambian frecuentemente. 6. La empresa implementa mejores prácticas de mercadotecnia, publicidad frecuentemente. 7. Nuestros consumidores cambian de gustos y preferencias frecuentemente. 8. En el sector se ofrecen muchas oportunidades para la implementación de tecnología. 9. Hay oportunidades de crecimiento en este sector. 10. La apertura de nuevas empresas en este sector es relativamente fácil. 11. En este sector el mercado brinda 	<p>Estudiado por investigadores Antoncic y Hisrich (2001), Abdrevski y col (2014); Galván, Sánchez y Sánchez (2019).</p>	<p>1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo.</p>
-----------------------------	---	---	---	--	---

			<p>oportunidades de introducción de nuevos productos y/o procesos.</p> <p>12. La demanda de nuevos productos por parte de los consumidores tiene una tendencia positiva.</p> <p>13. Dentro de la empresa se reciben apoyos gubernamentales.</p> <p>14. Existen políticas públicas del gobierno que fomentan la innovación en este sector.</p> <p>15. La empresa recibe algún fondo perdido por parte del gobierno.</p> <p>16. La empresa ha recurrido a algún tipo de crédito para su desarrollo.</p>		
Hostilidad	<p>Circunstancias del entorno hostil en donde surgen una serie de condiciones en el entorno que resultan desfavorables y que suponen amenazas latentes a la organización (Antoncic y Hisrich,</p>	<p>Condiciones externas o desfavorables que se presentan en una organización para su desarrollo.</p>	<p>17. En el sector, es difícil predecir la demanda de nuestros clientes.</p> <p>18. En el sector las acciones de nuestros competidores ocurren frecuentemente.</p> <p>19. Los precios de la competencia son un desafío importante para este sector.</p> <p>20. Se enfrenta en un sector con muchos</p>	<p>Zahra (1991) (1993), Estudiado por investigadores Antoncic y Hisrich (2001), Abdrevski y col (2014); Galván, Sánchez y Sánchez (2019).</p>	<p>Escala Likert (5 puntos)</p> <p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= en desacuerdo.</p> <p>3= Moderadamente de acuerdo.</p> <p>4= De acuerdo</p>

	2001; De Villiers-Scheepers, 2012; Zahra, 1991).		competidores fuertes. 21. El posicionamiento de la competencia de empresas establecidas o nuevos locales es alta.		5= Totalmente de acuerdo.
--	--	--	--	--	---------------------------

Operacionalización Factores Organizacionales Externos.

Fuente: Elaboración propia.

Variable o temática que se mide: Factores Organizacionales Internos (Variable independiente)					
Definición Conceptual: Circunstancias que se presentan en una organización y que favorecen la adopción de actitudes intraempresariales. Analizadas por gerentes de mando superiores o líderes estratégicos que poseen valores relacionados a la competencia con capacidades gerenciales las cuales se establecen con base en que la administración cuenta con la disposición y pensamiento a atender situaciones organizacionales. (Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; De Villiers- Scheepers, 2012; Kuratko et al. 2002; Antoncic et al. 2011; Lages et al. 2016).					
Definición Operacional: Situaciones que conducen a adoptar actitudes intraempresariales dentro de una organización.					
Dimensión	Definición conceptual de la dimensión	Definición operacional de la dimensión	Ítems que contiene la dimensión	Referencia	Escala psicométrica a utilizar
Soporte de la dirección	La voluntad de los mandos superiores en la promoción del intraempre	Funciones de soporte que cumplen los mandos superiores en la búsqueda de dar la	1. En la empresa, se desarrollan nuevas ideas para el método de trabajo. 2. En la empresa, se implementan métodos	Instrumento basado <i>Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument</i> (CEAI) Validada por	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= En desacuerdo.

	<p>ndimiento, incluyendo con ello, las ideas emprendedoras que sugieran los empleados a través de la gestión adecuada de los recursos para su realización (Kuratko et al., 2014; Moriano et al., 2011).</p>	<p>importancia al intraemprendimiento interno.</p>	<p>propuestos por los trabajadores.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. En la empresa, se fomenta la participación de los trabajadores en el mejoramiento de la misma. 4. En la empresa, los empleados proponen ideas innovadoras por su cuenta reciben apoyo y estímulo por parte de la organización para implementarlas. 5. En la empresa, los desarrolladores de nuevas ideas pueden tomar decisiones sin pasar el proceso de procedimientos de justificación y aprobación. 6. En la empresa, se alienta a los que proponen ideas nuevas en caminadas para el desarrollo de la organización. 7. En la empresa, a menudo se cuenta con recursos económicos para apoyar las ideas de los empleados. 	<p>Kuratko et al (1990). Mejorada por Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Estudios en diversos sectores y actualizaciones del instrumento (Moriano et al., 2009), De Villiers-Scheepers, 2012; Galván, Sánchez y Sánchez (2019).</p>	<p>3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo</p>
--	---	--	---	---	--

			<p>8. En la empresa, el intentar ser emprendedor es visto como algo positivo.</p> <p>9. En la empresa se apoyan ideas nuevas a pesar de que pudieran tener fracaso.</p> <p>10. En la empresa, se brinda apoyo de tiempo libre al empleado para desarrollar ideas de negocio.</p>		
Autonomía	<p>Percepción que tienen los empleados sobre tener la facultad de tomar decisiones o acciones que beneficien a la empresa para desarrollar acciones de comportamiento intraempresarial. (De Viellers-Sheepers, 2012).</p>	<p>Facultad de decisión o voluntad que se les brinda a los empleados para cumplir sus actividades dentro de la empresa.</p>	<p>11. Siento que soy mi propio jefe y no tengo que consultar todas mis decisiones con mi jefe.</p> <p>12. Las empresas, brindan la oportunidad de desarrollar mis habilidades y establecer mis propios métodos para hacer el trabajo.</p> <p>13. La empresa me brinda la libertad de hacer mi propio trabajo.</p> <p>14. Tengo autonomía en mi trabajo y lo realizo sin presiones.</p> <p>15. Ocasionalmente sigo métodos de trabajo o pasos</p>	<p>Instrumento basado <i>Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument</i> (CEAI) Validada por Kuratko et al (1990). Mejorada por Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Estudios en diversos sectores y actualizaciones del instrumento (Moriano et al., 2009), De Villiers-Scheepers, 2012; Galván, Sánchez y</p>	<p>Escala Likert (5 puntos)</p> <p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= en desacuerdo.</p> <p>3= Moderadamente de acuerdo.</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5= Totalmente de acuerdo</p>

			para realizar mis actividades.	Sánchez (2019).	
Comunicación	Ambiente que se desarrolla dentro de la organización con el fin de tener una cultura basada en el diálogo y la comunicación abierta entre los miembros. (Kuratko 1990; y De Viellers-Sheepers 2012).	Situaciones que involucran la comunicación entre los miembros de la organización.	<p>16. Los jefes comparten constantemente información que ocurre en el sector.</p> <p>17. Los jefes comunican a los empleados la situación interna de la empresa.</p> <p>18. Los jefes comunican a los empleados los planes a futuro de la empresa.</p> <p>19. La información de los jefes ayuda a tomar decisiones a los empleados en su trabajo.</p> <p>20. La información que brindan los jefes orienta a los empleados hacia el cumplimiento de los objetivos de la empresa.</p> <p>21. Durante el año pasado, mi supervisor inmediato habló conmigo con frecuencia sobre mi desempeño laboral.</p> <p>22. Fácilmente se puede hablar con los jefes sobre nuevas ideas o inquietudes.</p>	Propuesto por Galván, Sánchez y Sánchez (2019).	<p>Escala Likert (5 puntos)</p> <p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= en desacuerdo.</p> <p>3= Moderadamente de acuerdo.</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5= Totalmente de acuerdo</p>

<p>Límites Organizacionales</p>	<p>“Forma en que se da el flujo de información en el trabajo, la comunicación y las relaciones de autoridad en la organización” (Covin y Slevin, 1991, p.17).</p>	<p>Situaciones funcionales que se presentan de las relaciones entre la gerencia y los puestos de la empresa.</p>	<p>23. En los últimos tres meses, siempre he seguido los procedimientos o prácticas operativas estándar para realizar mis tareas principales.</p> <p>24. Existen reglas y procedimientos escritos para realizar mis actividades principales.</p> <p>25. En mi trabajo no tengo ninguna duda de lo que se espera de mí.</p> <p>26. La descripción de mi trabajo especifica claramente los estándares de desempeño sobre los cuales se evalúa mi trabajo.</p> <p>27. Sé claramente qué nivel de desempeño laboral se espera de mí en términos de cantidad, calidad.</p> <p>28. Las relaciones de autoridad en mi empresa son claras.</p> <p>29. Todos los puestos de trabajo en mi empresa son funcionales.</p>	<p>Instrumento basado <i>Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument</i> (CEAI) Validada por Kuratko et al (1990). Mejorada por Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Estudios en diversos sectores y actualizaciones del instrumento (Moriano et al., 2009), De Villiers-Scheepers, 2012; Galván, Sánchez y Sánchez (2019).</p>	<p>Escala Likert (5 puntos)</p> <p>1= Totalmente en desacuerdo</p> <p>2= en desacuerdo.</p> <p>3= Moderadamente de acuerdo.</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5= Totalmente de acuerdo</p>
--	---	--	---	--	--

			30. Fácilmente se puede hablar con los jefes sobre nuevas ideas o inquietudes.		
Recompensas	Grado en que se percibe que la organización utiliza sistemas de incentivos basados en la actividad empresarial y el éxito” (Kuratko et al., 2014, p.34)	Forma en que se incentiva a los empleados de acuerdo a su desempeño dentro la empresa.	31. En la empresa, las recompensas se efectúan de acuerdo al desempeño de los empleados. 32. Los jefes apoyan para hacer los trabajos eliminando obstáculos. 33. Las recompensas que recibo dependen de la innovación en el trabajo. 34. Los jefes aumentan las responsabilidades laborales si mi desempeño es bueno. 35. Los jefes otorgan recompensas si mi desempeño laboral es bueno. 36. Los jefes resaltan las ideas innovadoras de los empleados con otras personas.	Instrumento basado <i>Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument</i> (CEAI) Validada por Kuratko et al (1990). Mejorada por Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Estudios en diversos sectores y actualizaciones del instrumento (Moriano et al., 2009), De Villiers-Scheepers, 2012; Galván, Sánchez y Sánchez (2019).	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Disponibilidad de Tiempo	Aspectos que contemplan los empleados en captar oportunidades	Oportunidades que se les presenta a los empleados para la	37. Durante los últimos 3 meses, mi carga de trabajo fue demasiado pesada para dedicar tiempo a	Instrumento basado <i>Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument</i>	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo

	des del entorno que de otra manera no habrían podido percibir en un periodo determinado (Kuratko et al., 2014).	generación de nuevas ideas.	desarrollar nuevas ideas. 38. Cuento con la cantidad de tiempo justo y carga de trabajo para hacer todo bien. 39. Siento que siempre estoy trabajando con limitaciones de tiempo en mi trabajo. 40. Mis compañeros de trabajo y yo siempre encontramos tiempo para resolver problemas. 41. Mi trabajo está muy estructurado e identificar los problemas organizacionales.	(CEAI) Validada por Kuratko et al (1990). Mejorada por Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Estudios en diversos sectores y actualizaciones del instrumento (Moriano et al., 2009), De Villiers-Scheepers, 2012; Galván, Sánchez y Sánchez (2019).	2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
--	---	-----------------------------	---	--	--

Tabla 44. Operacionalización Factores Organizacionales Internos.

Fuente elaboración propia.

Tabla 45. Operacionalización Características individuales

Variable o temática que se mide: Características individuales (Variable independiente)
Definición Conceptual: Rasgos de personalidad individual que permiten comprender el comportamiento de una persona ante inferencias del entorno se consideran las habilidades, actitudes, aspectos sociales, culturales y familiares en donde influyen para la determinación del éxito del emprendimiento. (Farrukh et al., 2017; Woo, 2018; Abbas y Wu, 2019).

Definición Operacional: Rasgos de personalidad como habilidades, actitudes, percepciones y capacidades de los empleados en su intención para ser emprendedores.

Dimensión	Definición conceptual de la dimensión	Definición operacional de la dimensión	Ítems que contiene la dimensión	Referencia	Escala psicométrica a utilizar
Apertura	Rasgos y características individuales como la imaginación y la perspicacia (Power et al 2015).	Situaciones que se le presentan al empleado para desarrollar acciones que generen acciones emprendedoras.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soy original, se me ocurren nuevas ideas 2. Siento curiosidad por muchas cosas diferentes. 3. Tengo valores artísticos y experiencias. 4. Me gusta reflexionar, jugar con las ideas. 	(John et al., 1999; McCrae y John, 1992).	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Agradabilidad	Consiste en los atributos de un individuo como la confianza, bondad, afecto y otros comportamientos pero sociales (Power et al 2015).	Situaciones en las que los empleados ponen en práctica las características sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 5. Soy servicial y desinteresado con los demás. 6. No discuto con mis compañeros de trabajo. 7. Tengo naturaleza de perdonar con facilidad. 8. Generalmente confío 9. Me gusta cooperar con otros. 	(John et al., 1999; McCrae y John, 1992)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5=

					Totalmente de acuerdo
Conciencia	Aspectos de las personas que muestran niveles de consideración de control de impulsos, conductas orientadas a objetivos (Power et al 2015).	Situaciones de conductas individuales que se presentan ante ciertos eventos.	10. Realizo mis trabajos completos. 11. Soy un trabajador confiable. 12. Tiendo a ser organizado. 13. Persevero hasta terminar mis actividades. 14. Hago cosas de manera diferente.	(John et al., 1999; McCrae y John, 1992).	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Extrovertido	Consiste en la caracterización por sociabilidad, la conversación, asertividad y gran cantidad de expresividad emocional (Power et al 2015).	Situaciones de actitudes y sociales que presenta una persona ante ciertas personas.	15. Soy platicador. 16. Estoy lleno de energía. 17. Soy una persona con mucho entusiasmo. 18. Tiendo ser asertivo.	(John et al., 1999; McCrae y John, 1992)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Neuroticismo	Rasgo individual que se integra por la tristeza, el mal humor y la inestabilidad emocional	Situaciones de emociones que presenta un individuo.	19. Me deprimó frecuentemente. 20. Tiendo a ser relajado adaptándome al estrés. 21. Tiendo a ponerme tenso.	(John et al., 1999; McCrae y John, 1992)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo.

	(Power et al 2015).		22. Cambio de humor fácilmente		3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Percepción de Capacidades propias	Nivel de control personal percibido considerando actitudes competentes y eficaces para realizar tareas. (C.C. Chen, 1998; Woo (2018)	Nivel de autoeficacia y adaptabilidad para realizar sus actividades.	23. Podré lograr las metas que me he propuesto. 24. Estoy seguro de lograr las tareas que se me presentan difíciles. 25. Creo tener éxito en todas las actividades que me proponga. 26. Puedo superar con éxito todos los desafíos que se me presenten. 27. Comparado con otras personas, puedo hacer muy bien mis actividades 28. Aun cuando las cosas se presentan difíciles puedo desempeñarme bien.	(G. Chen et al., 2001)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Experiencia pasada y conocimiento.	Habilidades y experiencias con los que cuenta en el campo de trabajo para contribuir en un desempeño eficiente	Acumulación de conocimientos derivados de la experiencia para reconocer y percibir oportunidades de	29. Aprendo de los errores que ocurren durante el trabajo. 30. Puedo recordar información relacionada con el trabajo de manera rápida y sencilla. 31. El conocimiento en mi área, es amplio.	(Wang et al., 2013)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo.

	(Van Dam, 2010)	emprendimiento.			4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Relación con la Organización	Grado de identificación de los empleados con la organización referente a su misión, visión, valores y objetivos. (Farrukh, 2017; Moriano, 2014)	Identificación que desarrollan los empleados dentro de la organización.	32. Cuando alguien critica a la empresa, lo percibo como un insulto personal. 33. Estoy muy interesado en lo que otros piensan sobre la empresa. 34. Cuando hablo de la empresa suelo decir “ nosotros “ en lugar de “ellos” 35. Los éxitos de la empresa los percibo como mis éxitos. 36. Cuando alguien elogia a la empresa, lo siento como un cumplido personal. 37. Si una noticia en los medios criticara la organización, me sentiría avergonzado.	(Mael y Ashforth, 1992)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo

Variable o temática que mide: Intraemprendimiento o emprendimiento corporativo (Variable dependiente)

Definición Conceptual: Circunstancias mediante las cuales los empleados de una organización reconocen y explotan oportunidades que se presentan en su entorno a través de la combinación de recursos y creación de actividades considerando la innovación, proactividad, riesgos y búsqueda de auto renovación con el fin de generar nuevos productos, métodos de organización internos, implementación de tecnologías, procesos o aventurar nuevas empresas para mejorar la

competitividad y rendimiento de la organización (Hisrich y Antoncic, 2013; Galvan y Sanchez,2018; De Villiers Sheepers ,2012; Neessen, Caniëls, Vosy De Jong,2018).

Definición Operacional: Situaciones donde el empleado identifica oportunidades y desarrolla actividades orientadas a emprender siendo proactivo e innovador adaptándose al entorno.

Dimensión	Definición conceptual de la dimensión	Definición operacional de la dimensión	Ítems que contiene la dimensión	Referencia	Escala psicométrica a utilizar
Innovación	Aspectos de la empresa que contempla la relación del diseño, desarrollo y soporte a las ideas de nuevos productos y servicios, así como de desarrollo de prácticas que involucran procesos creativos y/o tecnología (Antoncic y Hisrich, 2001; Kearney et al., 2013).	Capacidad de generar procesos creativos y experimentar la generación de nuevos productos o servicios para los mercados actuales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizo mis actividades en la empresa desarrollando nuevas propuestas. 2. Desarrollo nuevos procesos, servicios o productos. 3. Encuentro nuevas formas de hacer las cosas más eficientes y/o productivas. 4. Busco nuevos métodos de trabajo o técnicas. 5. Intento involucrar a los miembros de la organización en los procesos de mejora de la empresa. 6. Genera soluciones originales para los problemas. 	((Janssen, 2000); Jeroen et al 2008; Razavi et al., 2017).	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Proactividad	Involucra una postura que permite la anticipación a las	Representa la búsqueda de nuevas oportunidades que	7. Adaptar el servicio prestado a las necesidades del mercado y respondo con	(Frese, Fay, Hilburger, Leng, y Tag, 1997; Jeroen et al 2008;	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente

	cambios o variaciones del entorno, así como la ejecución de estrategias acordadas a las necesidades del mercado (Kearney et al., 2013).	podieran presentarse en el entorno para transformar la en necesidades futuras.	eficiencia sus cambios. 8. Monitoreo los cambios en el contexto y mercado para aplicar resiliencia organizacional. 9. Siempre que sale algo mal, busco una solución inmediata. 10. Aprovecho con oportunidad para lograr metas.	Razavi et al., 2017).	en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Reconocimiento de oportunidades	Capacidad de identificar, apoderarse, persuadir y desarrollar la diligencia cuando surgen nuevas oportunidades para nuevas iniciativas en la organización (Vargas-Halabi et al 2017).	Capacidades con las que cuenta la organización para generar ventaja competitiva en el mercado.	11. A menudo detecto oportunidades comerciales sobre tendencias en el mercado. 12. Creo que tengo buena capacidad para detectar oportunidades en el mercado. 13. Me interesa conocer las necesidades del mercado de nuevos productos.	(Dyduch, 2018; Jeroen et al 2008; (Wang et al., 2013); (Razavi et al., 2017)	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente de acuerdo. 4= De acuerdo 5= Totalmente de acuerdo
Trabajo en Redes	Circunstancias que se presentan como oportunidades de rentabilidad asociadas a crear una red de contactos o grupos para	Actividades que se desarrollan para la relación entre personas y grupos.	14. Me relaciono con otras personas muy fácilmente. 15. El trabajo que realizo cuento con el conocimiento y contactos. 16. Conozco a varias personas que podrían ayudarme profesionalmente	(De Jong et al., 2011; Jeroen et al., 2008 y Razavi y Ab Aziz., 2017).	Escala Likert (5 puntos) 1= Totalmente en desacuerdo 2= en desacuerdo. 3= Moderadamente

	lograr el crecimiento empresarial (Bird 1988; Razavi et al 2017; Neessen et al 2018).		<p>en caso de que lo necesite.</p> <p>17. Los contactos sociales que tengo son muy importantes para mi vida profesional.</p> <p>18. Invierto mucho tiempo en la búsqueda de nuevos contactos.</p>		<p>nte de acuerdo. De</p> <p>4= De acuerdo</p> <p>5= Totalmente de acuerdo</p>
--	---	--	---	--	--

Tabla 46. operacionalización del intraemprendimiento

Tabla 47. de variables del instrumento inicial

Variable	Dimensión	Ítems	# Ítems	
Factores Externos	Organizacionales	Munificencia	1-20	20
		Hostilidad	21-26	6
Factores interno	organizaciones	Soporte a la dirección	27-38	12
		Autonomía	39-47	9
		Comunicación	48-52	5
		Límites Organizacionales	53-62	10
		Recompensas	63-69	7
		Disponibilidad de tiempo	70-75	6
	Características individuales	Apertura	76-84	9
	Agradabilidad	85-93	9	

	Conciencia	94-101	8
	Extrovertido	102-108	7
	Neurocitismo	10-116	8
	Percepción de capacidades propias	117-124	8
	Experiencia pasada y conocimiento	125-127	3
	Relaciono la organización	128-133	6
Intraemprendimiento	Innovación	134-139	6
	Proactividad	140-143	4
	Reconocimiento de oportunidades	144-146	3
	Trabajo en redes	147-151	5

Nota: Tabla que representa las variables, dimensiones e ítems que integran el instrumento de medición en su versión inicial antes del jueceo. (Fuente elaboración propia).

En el apartado de la evaluación de expertos, se realizó la invitación a diferentes investigadores de acuerdo a su perfil, experiencia y conocimiento que tienen sobre el tema que se está abordando así mismo la petición de la evaluación del contenido del instrumento, en donde los expertos que cuentan con una trayectoria significativa y relevante la investigación les permitió emitir un juicio, valoración sobre el tema ya mencionado (Escobar-Pérez & Cuervo-Martínez, 2008).

El proceso del juicio de experto a cada uno de los expertos se les envió el instrumento en formato de Excel con columnas para que agregaran sus comentarios y evaluarán de acuerdo a los criterios establecidos por el autor, en donde debían hacer la evaluación de los 151 ítems que está conformado el instrumento original, una vez hecha la valoración por cada uno de ellos, cada juez emitió su opinión

respeto a los indicadores de coherencia, relevancia y calidad tal como se muestra en la Tabla 47, la rúbrica utilizada, junto con los valores del uno que significa “no cumple con el criterio”, hasta el cuatro, que indica “alto nivel de cumplimiento” para evaluar el contenido de cada ítem.

Tabla 48. Rúbrica de valoración

Categoría	Calificación	Indicador
Suficiencia	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	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	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintaxis y semántica son adecuadas.	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	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

Coherencia	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	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	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
El ítem es esencial e importante, es decir, debe ser incluido.	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.

Fuente: Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez (2008).

PRINCIPALES RESULTADOS

Una vez que los jueces realizaron las observaciones al instrumento, estas se analizaron y se tomaron las decisiones respecto a las sugerencias de cada uno para reestructurar dicho instrumento, en donde se eliminaron 34 ítems de los 152, quedando al final en 117, mismos que fueron considerados en la prueba piloto a la población en estudio expresando en el modelo de la Tabla 3. Para llevarla a cabo, se cargó el instrumento en la plataforma de Google Forms con la finalidad de aplicar dichos ítems en línea, después se contactó a través de medios electrónicos y

llamadas telefónicas a las diferentes empresas del sector comercio, con el fin de que pudieran responder dicho instrumento en línea y se tuvo una respuesta de 30 organizaciones encuestadas.

Tabla 49. Tabla de **variables del instrumento final**

Variable	Dimensión	Ítems	# Ítems	
Factores Externos	Organizacionales	Munificencia	1-15	15
		Hostilidad	16-20	5
Factores interno	organizacionales	Soporte a la dirección	21-28	8
		Autonomía	29-33	5
		Comunicación	34-40	7
		Límites Organizacionales	41-47	7
		Recompensas	48-52	5
		Disponibilidad de tiempo	53-56	4
Características individuales		Apertura	57-59	3
		Agradabilidad	60-63	4

	Conciencia	64-67	4
	Extrovertido	68-70	3
	Neuroticismo	71-74	4
	Percepción de capacidades propias	75-79	5
	Experiencia pasada y conocimiento	80-82	3
	Relaciono la organización	83-87	5
Intraemprendimiento	Innovación	88-92	5
	Proactividad	93-95	3
	Reconocimiento de oportunidades	96-98	3
	Trabajo en redes	99-102	4

Nota: Tabla que representa las variables, dimensiones e ítems que integran el instrumento de medición en su versión final después del jueceo. (Fuente elaboración propia).

El propósito de esta prueba piloto era comprobar cómo se encuentra cada uno de los constructos del instrumento, realizando un análisis de fiabilidad, determinando su alpha de Cronbach y verificando si se cumple con los criterios de aceptación, que, en caso de no ser así, pudiera tener un ajuste en cada uno de los ítems de la dimensión contemplada. A fin de comprobar dicha fiabilidad y consistencia interna de cada una de las escalas de este instrumento, con el fin de determinar un valor satisfactorio del Alpha de Cronbach que se muestre por encima de 0.6 para las ciencias sociales (Fiel,2009), A continuación, en la Tabla 49 se muestran los resultados de fiabilidad de cada una de las dimensiones.

Tabla 50. Tabla de **Análisis de Fiabilidad**

Variable	Alpha Cronbach
Factores Organizacionales Externos	
9. Munificencia	.936
10. Hostilidad	.905
Factores Organizacionales Internos	
11. Soporte de la dirección	.958
12. Autonomía	.875
13. Comunicación	.949
14. Límites organizacionales	.946
15. Recompensas	.968
16. Disponibilidad de tiempo	.802
Características Individuales	
17. Apertura	.942
18. Agradabilidad	.919
19. Conciencia	.961
20. Extrovertido	.950
21. Neuroticismo	.916

22. Percepción de capacidades propias	.980
23. Experiencia y conocimiento	.930
24. Relación con la organización.	.953
Intraemprendimiento	
25. Innovación	.958
26. Proactividad	.960
27. Reconocimiento de oportunidades	.915
28. Trabajo en redes	.937

Fuente: elaboración propia

Después expuesto los diversos análisis de fiabilidad de cada una de las dimensiones se puede concluir que cada una de las escalas representa una consistencia interna fiable ya que todas las variables presentan un alpha de cronbach superior a 0.6, lo que indica que se cumple con los indicadores de aprobación.

En cuanto al análisis factorial de la Tabla 50, para cada una de las variables que conforman el instrumento del comportamiento intraemprendedor, tuvo como resultado final la eliminación de 15 ítems que no aportan y cumplían con su factor correspondiente. Lo que arroja un instrumento final, validado con las diferentes pruebas estadísticas con un total de 102 ítems.

Tabla 51. Tabla de Análisis de fiabilidad final

Variable	Alpha Cronbach

Factores Organizacionales Externos	
29. Munificencia	.936
30. Hostilidad	.905
Factores Organizacionales Internos	
31. Soporte de la dirección	.950
32. Autonomía	.875
33. Comunicación	.949
34. Límites organizacionales	.938
35. Recompensas	.960
36. Disponibilidad de tiempo	.828
Características Individuales	
37. Apertura	.920
38. Agradabilidad	.879
39. Conciencia	.942
40. Extrovertido	.926
41. Neuroticismo	.916
42. Percepción de capacidades propias	.975
43. Experiencia y conocimiento	.930
44. Relación con la organización.	.934
Intraemprendimiento	

45. Innovación	.943
46. Proactividad	.943
47. Reconocimiento de oportunidades	.915
48. Trabajo en redes	.905

Fuente: Elaboración propia

La validez y construcción de instrumento muestra la información necesaria para la utilización correcta del instrumento, donde se cumplen las fases principales en el proceso de validez de contenido, constructo y fiabilidad: evaluación por jueces expertos, análisis de fiabilidad y análisis factorial exploratorio.

En este sentido se puede concluir que, de acuerdo a todas estas pruebas realizadas al instrumento presentado, se eliminaron 34 ítems que no aportan al instrumento de acuerdo a las coincidencias por expertos teniendo un total de 151 preguntas como inicio para posterior a la evaluación de los jueces se redujo a 117 ítems para la aplicación de la prueba piloto.

Una vez aplicada la prueba piloto 30 encuestas del sector comercio de rangos medios, gerentes y administrativos, se realizaron las pruebas de fiabilidad y análisis factorial en donde a estos análisis se tuvieron que eliminar 15 ítems ya que su carga factorial no tenían relación con su dimensión debido a que los encuestas no lo percibían de esa manera, así mismo también se eliminaron los ítems que su Alpha de Cronbach no tenían ese resultado que era deseable para su aceptación.

El instrumento quedó integrado por 102 ítems listo para su aplicación a la muestra representativa en donde se busca lograr el objetivo de la investigación ya que se mostrará la credibilidad al estudio mediante las diversas pruebas estadísticas. Asimismo, el cuestionario utilizado cuenta con la ventaja de adecuación, ya que, surge de modelos validados y replicados, tales como la Escala basada en el instrumento *Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument* (CEAI) Validada por Kuratko et al (1990), Donald F. Kuratko y Jeffrey S. Hornsby (2014), Moriano et al., 2009 Razavi y Ab Aziz 2017; Galván, Sánchez y Sánchez, 2017; Características

Individuales John et al., 1999. En resumen, el instrumento de medición aprobó de manera satisfactoria las pruebas estadísticas utilizadas dentro del proceso de validación, mismo que sirve como guía para futuros estudios referentes a la línea de investigación abordada. Por último, se puede mencionar como limitación, continuar con el análisis del instrumento en estudios posteriores y complementar la validez de constructo, mediante un análisis factorial confirmatorio en el cuestionario diseñado que se le aplique posteriormente a la muestra seleccionada.