

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA
CALIFORNIA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES



**ESTUDIO DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA Y
NEGOCIOS SAN QUINTÍN**

TESIS:

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACION**

PRESENTA:

LEONARDO RAMOS LÓPEZ

DIRECTOR DE TESIS: DRA.

VIRGINIA GUADALUPE LÓPEZ TORRES


ENSENADA B.C.

MAYO 2018

CONSTANCIA DE APROBACION

Director de tesis: 
Dra. Virginia Guadalupe López Torres

Aprobado por los integrantes del sínodo


1.- _____
Dr. Luis Ramón Moreno Moreno


2.- _____
Dr. Ramón Galván Sánchez

Dedicatoria

A:

Dios, primeramente por darme la oportunidad de vivir esta experiencia de preparación académica y por estar conmigo en cada paso que doy, por darme salud, conocimiento y haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi apoyo durante este periodo de estudio.

Mi madre, por darme la vida, creer en mí y apoyar en cada decisión que tomo, y todo esto es gracias a su gran apoyo.

Mis hermanos, amigos por su apoyo en todo momento.

Agradecimientos

Primeramente, agradeciendo a Dios permitirme llegar a este momento, poder seguir preparándome profesionalmente y poder concluir esta maestría en Administración con éxito.

A mi directora de tesis, La Dra. Virginia Guadalupe López Torres por su paciencia, esfuerzo, motivación, enseñanza, dedicación, quien con sus conocimientos y experiencia impulsándome para la realización de esta investigación, aprovechando sus consejos para disfrutar cada momento del desarrollo de esta tesis.

A mi madre y familia por su apoyo de siempre para poder seguir preparándome en mi educación, en mi vida, por sus valores, consejos que ha hecho ser una persona de bien.

Resumen

Hoy en día el emprendimiento juega un papel muy importante, por lo que se estudia cuáles son los determinantes que llevan e impulsan al universitario tener la intención de la creación de una empresa. Mediante la aplicación del método de ecuaciones estructurales (SEM) cual consiste en el contraste de teorías ya existentes, a partir de una serie de hipótesis surgidas El emprendimiento es considerado un promotor desarrollo económico de cualquier país y regional, México ha crecido a pequeñas tasas, y además los empleos ofrecen un salario muy precario cierto porcentaje de la población se encuentra en la informalidad, el trabajo de investigación tiene por objetivo estudiar la intención emprendedora y los factores que lo determinan si coadyuva en su desarrollo de los alumnos universitarios, se aplicó el instrumento a 250 estudiantes de la facultad de ingeniería y Negocios San Quintín, Zona rural al sur de Ensenada, Baja California en el año 2017. Los resultados del modelo de intención emprendedor (IE) muestran que ubica en un nivel medio, en un contraste con los modelos hay ciertas hipótesis que se aceptan y otras que se rechazan el cual hace interesante esta investigación por el contexto en el que se desarrolla, sin embargo dentro del proceso enseñanza a pesar de que se cuenta con un modelo con enfoque en competencias, los resultados reflejan que se carece de competencias emprendedoras, constituyendo esta como un área de oportunidad para que la universidad refuerce ciertas áreas donde los estudiantes y egresados puedan contribuir en el desarrollo económico regional.

Palabras clave: Emprendimiento, Intención emprendedora, Valoración social, habilidades adquiridas, proceso enseñanza aprendizaje, capacidad emprendedora.

Índice de contenido

INTRODUCCIÓN	1
Planteamiento del problema.	3
Antecedentes.....	5
Pregunta de investigación.....	10
Objetivo general:.....	10
Objetivos específicos.....	10
Justificación	10
CAPITULO I MARCO CONTEXTUAL.....	13
1.1 El Emprendimiento en México.	13
1.2 Descripción de Baja California.	15
1.3 Geografía.	16
1.4 Sociedad diversa heterogenia y plural	17
1.5 Sociedad dispersa marginal.....	18
1.6 Educación.	18
1.7 Capacitación.	19
1.8 Programas de apoyo para emprendedores y Mipymes.	19
1.9 Población.	20
1.10 Empresas.....	21
1.11 UABC San Quintín Reseña Histórica.....	22
1.12 Situación actual UABC San Quintín.....	24
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	25
2.1 Antecedentes de emprendimiento.	25
2.2 Definiciones de emprendimiento.....	28
2.3 Características del emprendedor.....	30
2.4 Perfil Emprendedor.	33
2.5 Clasificación o tipo de emprendedores.	36
2.6 Caracterización de la actitud emprendedora.	43
2.7 Cultura emprendedora.	45

2.8 Capacidades y competencias de emprendimiento.....	48
2.9 Rol del docente como promotor del emprendimiento y emprendimiento universitario.	50
2.10 Rol del docente como promotor del emprendimiento.....	52
2.12 Factores que inciden en el emprendimiento.	55
2.13 Teorías y modelos de la creación de empresas.....	56
2.14 modelos para la comprensión la intención emprendedora.....	59
2.14 Organismos que apoyan al emprendimiento.	73
III Metodología	76
3.1 métodos estadísticos de ecuaciones estructurales.....	76
3.3 Método de investigación.	82
3.4 Técnicas de Investigación.....	82
3.5 Definición de las Variables.....	83
3.6 Definición del Modelo.....	84
3.7 Instrumento de investigación.	85
3.8 Población y Muestra.	85
3.9 Recopilación de información.....	86
IV ANÁLISIS DE RESULTADOS	88
4.1 Análisis Descriptivo.....	88
4.1.2 Comparaciones de elementos sociodemográficos.....	96
4.2 Validación del modelo teórico	99
4.2.1 Validación del modelo de medida.	99
4.2.2 Validez del modelo estructural.....	103
4.2.3 El modelo.....	106
4.3 Descripción de resultados por dimensiones. (Variables).	107
4.3.1 Intención Emprendedora.	107
4.3.2 Capacidad Emprendedora.....	108
4.3.3 Valoración Social (Vs).	109
4.3.4 Habilidades Adquiridas	110
4.3.5 Proceso Enseñanza Aprendizaje.....	112

V CAPITULO DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	114
Anexos	124
ENCUESTA	124
Referencias.....	132

Lista de tablas de tablas

TABLA 1 ESCOLARIDAD PROMEDIO DE LA POBLACIÓN	19
TABLA 2 PRINCIPALES SECTORES DE ACTIVIDAD	21
TABLA 3 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR SEGÚN ALCARAZ (2015).	31
TABLA 4 CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES.....	32
TABLA 5 CARACTERÍSTICA DEL EMPRENDEDOR	33
TABLA 6 TEORÍA DE CREACIÓN DE EMPRESAS	56
TABLA 7 FASE PARA EL MODELO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES.....	80
TABLA 8 DESARROLLO DE ECUACIONES ESTRUCTURALES.	81
TABLA 9 DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA.	83
TABLA 10 FICHA TÉCNICA.....	87
TABLA 11 FRECUENCIA POR SEXO	89
TABLA 12 TABLA REFERENTE A CIUDAD DE NACIMIENTO.....	91
TABLA 13 FRECUENCIAS Y PORCENTAJES POR CARRERA	92
TABLA 14 TABLA DE FRECUENCIA Y PORCENTAJE REFERENTE A NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS PADRES.	94
TABLA 15 TABLA CRUZADA EN RELACIÓN DE LAS CARRERAS Y GÉNERO.....	96
TABLA 16 COMPARATIVO DE ESTADO CIVIL CON GÉNERO.	97
TABLA 17 TABLA DE LAS CARRERAS CONTRASTADO CON ESTADO CIVIL	99
TABLA 18 VALIDACIÓN DE FIABILIDAD ESTANDARIZADA, ALPHA DE CRONBACH Y AVE ...	101
TABLA 19 VALIDEZ CONVERGENTE Y DISCRIMINANTE	102
TABLA 20 ÍNDICE DE AJUSTES DEL MODELO ESTRUCTURAL	104
TABLA 21 HIPÓTESIS ACEPTADAS Y RECHAZADAS DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	105
TABLA 22 RESULTADO DE LA VARIABLE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.....	107
TABLA 23 RESULTADOS DE LA VARIABLE CAPACIDAD EMPRENDEDORA.....	108
TABLA 24 RESULTADOS DE LA DIMENSIÓN VALORACIÓN SOCIAL.	110
TABLA 25 RESULTADO DE LA VARIABLE HABILIDADES ADQUIRIDAS.	111
TABLA 26 RESULTADOS DE PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.....	112

Índice de Figuras

FIGURA 1 EMPRESAS CREADAS	4
FIGURA 2 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA SAN QUINTÍN	16
FIGURA 3 2 EEM.....	59
FIGURA 4 MODELO AZJEN.....	60
FIGURA 5 MODELO EPM.....	60
FIGURA 6 DETERMINANTES EN LA DEMANDA DE NUEVAS EMPRESAS	61
FIGURA 7 . MODELO A IMITAR Y SU IMPACTO EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA (BOLAÑOS, 2006).	63
FIGURA 8 INTENCIÓN DEL EMPRENDEDOR.....	63
FIGURA 9 ACTITUD EMPRENDEDORA	64
FIGURA 10 EDUCACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO	66
FIGURA 11 TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO.....	67
FIGURA 12 MODELO DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.....	70
FIGURA 13 MODELO IE	84
FIGURA 14 GENERO UABC SAN QUINTÍN	89
FIGURA 15 EDAD	90
FIGURA 16 ESTADO CIVIL	91
FIGURA 17 CIUDAD DE NACIMIENTO.....	92
FIGURA 18 CARRERAS UNIVERSITARIAS	93
FIGURA 19 NIVEL DE SEMESTRE DE LOS ESTUDIANTES.....	93
FIGURA 20 OCUPACIÓN DEL PADRE O TUTOR.....	95
FIGURA 21 INGRESOS MENSUALES.....	96
FIGURA 22 COMPARATIVO DE GÉNERO Y CARRERAS	97
FIGURA 23 GENERO VS ESTADO CIVIL	98
FIGURA 24 COMPARATIVO DE C. DE NACIMIENTO Y GÉNERO.....	98
FIGURA 25 MODELO DE INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO SAN QUINTÍN	106
FIGURA 26 RESULTADO DE LA VARIABLE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	108
FIGURA 27 RESULTADOS DE CAPACIDAD EMPRENDEDORA.....	109
FIGURA 28 RESULTADOS DE MEDIA DE LOS ÍTEMS DE VALORACIÓN SOCIAL	110
FIGURA 29 RESULTADO DE LA VARIABLE HABILIDADES ADQUIRIDAS.....	111
FIGURA 30 RESULTADOS DE PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.....	113

INTRODUCCIÓN

La económica en México en los últimos años ha venido creciendo a pequeñas tasas, el pronóstico para el 2017 prevé una desaceleración, además el empleo mayormente ofrece un salario precario, por tal razón un importante porcentaje de la población de encuentra en la informalidad, de esta manera el tema de emprendimiento ha venido desarrollándose con gran impacto en el país ya que se crean organismos que apoyan la iniciativa emprendedora por jóvenes universitarios que tengan esa inquietud por llevar a la realidad su idea de negocio, . Este escenario demanda de las instituciones educativas la formación de emprendedores, jóvenes innovadores capaces de crear empresas que se constituyan como fuentes de empleo y riqueza como un factor fundamental para el desarrollo económico y social del país.

Asimismo autores como Veciana (1999), urbano (2007). Afirman que el emprendimiento, desde el ámbito académico, se encuentra en un proceso inicial o emergente, es decir que es un campo no estudiado y que puede ser un área de oportunidad para fomentar el emprendimiento, las universidades son un instrumento importante para las generación de conocimientos y esto ayuda a fomentar el desarrollo económico y social para las regiones como lo señalan autores Dasgupta y David (1994) y Chrisman, Hynes y Fraser (1995).

Para poder desarrollar ambientes que fomenten el emprendimiento es necesario que los educadores conozcan los niveles de características emprendedoras que conlleven a perfilar la disposición del estudiante a evaluar el emprendimiento como una conducta futura (Tautila, 2013). Este estudio pretende desarrollar un modelo de medición de niveles de rasgos emprendedores para fomentar el emprendimiento en ambientes universitarios. Los rasgos emprendedores se perfilarán mediante los constructos de orientación emprendedora, intención emprendedora y se propondrá un nuevo constructo: determinación emprendedora

Existen una serie de modelos explicativos de la intención emprendedora. Para Shapero y Sokol (1982) la deseabilidad, la viabilidad percibida y la propensión a actuar (propensión al riesgo) son determinantes de la intención emprendedora. La teoría del comportamiento o conducta planificada de Ajzen (1991) indica que los determinantes de la intención son la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia ella misma (actitud), una norma subjetiva de presión social para llevar a cabo una conducta, y el grado de control percibido de la conducta (CPC). Incorporar esta última variable es una contribución de Ajzen respecto a modelos previos. El CPC es la percepción de la dificultad o facilidad para realizar la conducta, lo que incluye la experiencia pasada y la evidencia los potenciales obstáculos. Varios autores han probado el modelo de Ajzen vinculado a la intención por emprender, por mencionar algunos se tiene a Krueger et al. (2000), Kolvereid (1996) y Audet (2004), entre otros.

Considerando que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema. Pero la universidad es cada vez más consciente de que puede adoptar un papel muy activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su actuación no debe limitarse solamente a la formación académica. Así, entre los nuevos objetivos de la educación superior debe estar el desarrollo de capacidades, buscando desarrollar competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a emprender. Sastre (2007).

Con esta investigación se espera poder realizar aportaciones que permita el desarrollo de los jóvenes estudiantes profesionistas. (Espiritu & Sastre , 2007).

En tal sentido se realiza una investigación, un estudio de caso en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) Campus San Quintín, con el propósito de estudiar las intenciones hacia la creación de empresas de estudiantes universitarios. La investigación se enmarca en el enfoque metodológico mixto,

predominado la metodología cuantitativa-correlacional, descrito por Tamayo (2007), el cual consiste en el contraste de teorías ya existentes, a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma con un enfoque metodológico mixto. Aplicando las técnicas de investigación de ecuaciones estructurales, En donde el interés por emprender es poco, el objetivo a analizar los factores desde el ámbito académico, identificando los factores que inciden en la intención emprendedora, y poder brindar estrategias para fomentar la actividad emprendedora en los estudiantes a fin de potenciar la creación de nuevas empresas y desarrollar capacidades empresariales en los estudiantes que les permitan mejorar su desempeño profesional.

En este último constructo constituye la base de la investigación, la intención emprendedora enfocada particularmente a estudiantes universitarios ya que es un tema interesante, actual y pertinente dentro del emprendimiento es un motor de desarrollo según como se puede comprobar en la revisión en el estado del arte el cual se entiende que aún se puede indagar mucho más del tema y realizar nuevas aportaciones.

Planteamiento del problema.

El conteo estadístico del programa cimarrones emprendedores de la UABC, San Quintín indica que durante 2015 se generaron 30 empresas de diversos sectores (ver figura 1). Cifra que se considera ínfima. Asimismo se destaca que únicamente el 17% de los estudiantes universitarios son emprendedores.

En consecuencia, se infiere que el programa no está contribuyendo en la generación de empleos, se plantea como supuesto la falta de una actitud e intención emprendedora, entre otras. Por ello, reconociendo la importancia del problema, se pretende realizar un estudio que permita incidir en la formación emprendedora de los estudiantes a fin de que desarrollen capacidades de emprendimiento, como egresados se desempeñen con este enfoque y sería deseable que crearan nuevas empresas.

Figura 1 Empresas creadas

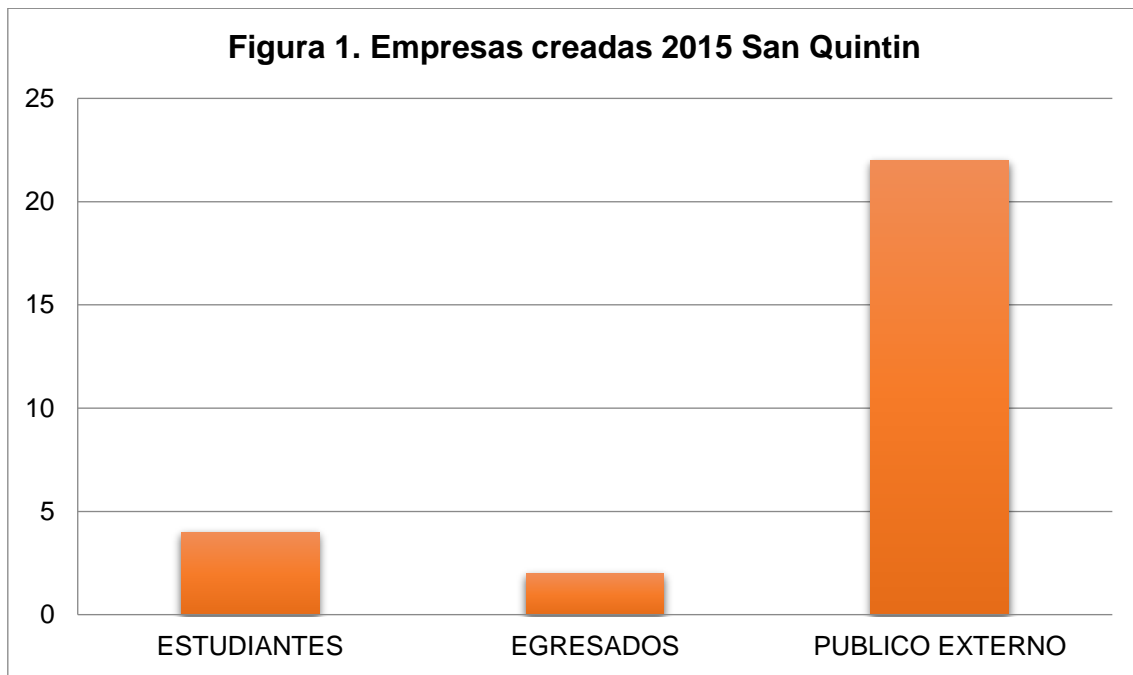


Figura 1 Empresas Creadas

Fuente: Cimarrones emprendedores (2015).

El gran impacto e importancia de la creación de empresas tanto para el desarrollo económico surge la importancia de estudiar el emprendimiento. De acuerdo a la definición de real academia Española (2014) se puede definir como emprendimiento acción y efecto de emprender y a su vez emprender es definido como acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. (Española, 2014).

El emprendimiento implica identificar las oportunidades, nuevos productos, servicios, analizar si son viables, decidir si explorarlas uno mismo o venderlas para que alguien más lo realice y aproveche, en caso de explotarlo se debe desarrollar un plan estratégico organizacional y obtención de recursos.

Al igual Macmillan (1998). Menciona la importancia de la creación de empresas que funge como el motor principal para el desarrollo económico de un país, porque se

crean nuevas oportunidades de empleo aumento de ingresos por impuestos, crecimiento de exportación y aumento de productividad nacional y su afectación al PIB (Producto Interno bruto).

Antecedentes

La investigación que se realizara no cuenta con antecedentes que se hayan llevado en Baja california, nace la inquietud de realizar debido a la importancia y pertinencia del tema. Es importante mencionar como punto de partida la definición del concepto de emprendedor, así como planteamientos de los factores que promuevan la actitud emprendedora en estudiantes universitarios.

A nivel global los referentes son Investigaciones que se han realizado referentes al estudio de la actitud de emprendimiento en estudiantes universitarios.

En la universidad de granada estudian fomentar una cultura emprendedora dentro del ámbito educativo, se desarrollaron prácticas en las cuales los estudiantes de la licenciatura en administración y dirección de empresas, debían realizar las distintas etapas del plan de empresa que el emprendedor tiene en cuenta en el momento de poner en marcha su negocio. En este trabajo, analizamos esta experiencia en emprendimiento, destacando el importante desafío que tienen las instituciones educativas en desarrollar programas, en los cuales, los estudiantes puedan contar con herramientas que les sirvan a la hora de emprender su propio negocio en un mercado laboral competitivo. (Ruiz, Cabeza, & Briano, 2012).

Otro estudio realizado en chile analiza cuatro factores que determinan la capacidad emprendedora potencial de un alumno perteneciente a centros de educación superior (atributos del emprendedor, capacidades interpersonales, capacidades frente al riesgo y actitud del emprendedor). Al jerarquizar empleando el método AHP, se concluyó los vectores de prioridad dando una mayor importancia para actitud y atributos del emprendedor, que en conjunto representan el 76%. El índice de capacidad emprendedora potencial fue de un 74% y el porcentaje de alumnos

con capacidad emprendedora efectiva fue de un 16%. Esta brecha de desarrollo de capacidad emprendedora, representa un desafío estratégico para cada uno de los centros de educación superior, para contribuir a su valor y complementariamente al desarrollo local, regional y nacional. Se propone un modelo de análisis de las capacidades emprendedoras, que permitiría logros significativos en la formación de capacidades emprendedoras efectivas (Cabana, Cortes, Plaza, Castillo, & Alvarez, 2013).

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 (Alcaraz Roriduez , 2015)

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).

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo mira su entorno, sino también ve y descubre las oportunidades que en él están ocultas (Formichella, 2004).

Emprendimiento es un acto que conlleva hacer realidad las ideas y oportunidades que han sido identificadas por individuos o colectivos en un contexto determinado. Dentro de este acto podemos identificar la figura del emprendedor como el actor principal del emprendimiento y el desarrollo económico. Krauss (2008), menciona que diversos organismos internacionales y autores han reconocido la importancia de los emprendedores a la hora de considerar el desarrollo económico de los distintos países. Debido a que ellos “crean trabajo a partir de la innovación, la

competitividad, la productividad, el capital de riesgo, transformando la economía y el mundo” (Espíritu, González y Alcaraz, 2012).

La enseñanza emprendedora y el rol docente

Si la educación es un pilar en ese proceso al que se refieren Baron y Shane (2008), entonces, la escuela debe contribuir a la formación de una educación empresarial o en emprendimiento ya que en la universidad actual, según Vigorena (2006), se deben generar las nuevas ideas que logren transformar a la sociedad. La educación emprendedora es una opción, ya que ésta se encamina a ofrecer a los estudiantes de cualquier nivel, el desarrollo de competencias, capacidades e instrumentos para que se forme como un actor de desarrollo económico y social, genera jóvenes independientes, innovadores, creativos, emprendedores auto motivados que cuestionen las normas establecidas y satisfagan sus metas personales a través de su propia acción. (Gonzalez , alcaraz vera , & Espiritu, 2012)

Sugiere extender la base de acción tradicional de las universidades y fomentar en los estudiantes el desarrollo de las competencias que los faculte para ingresar de manera satisfactoria y competente al entorno laboral o que él mismo sea capaz de crear empleos. Estas competencias se deben integrar a la adquisición del saber, del saber-hacer, y del saber vivir juntos. "Los sistemas educativos deben centrar su actividad en el desarrollo de determinadas cualidades personales y en las llamadas destrezas blandas dirigidas a la integración y a la adaptabilidad al cambio" (Álvarez y Moreno, 2002). Por lo tanto, con base en estrategias y técnicas novedosas de enseñanza se contará con mejores escenarios que los actuales para desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes, promovidos desde sus profesores para lograr una cultura emprendedora (Gonzalez , alcaraz vera , & Espiritu, 2012)

De origen francés, el término *entreprendre* pasó al inglés como *entrepreneurship*, y traducido al español ha originado los términos emprendimiento, emprendedurismo, empresarismo, espíritu emprendedor y espíritu empresarial, entre otros; que revelan el proceso de construcción del concepto (Osorio Tinoco & Pereira Laverde , 2011).

En el pensamiento económico clásico Richard Cantillon (1680-1734), economista francés, fue el primero en usar el término *entrepreneur* para identificar a un individuo distinto del agente típico del mercado, que recibe salarios o rentas contractuales, llamado contratado. Este agente económico es un productor, que emprende activamente y con iniciativa, asumiendo riesgos, en condiciones de incertidumbre y que busca ganancias variables e inciertas

Con respecto hacia el modelo de emprendimiento nos dice esto La educación tradicional en emprendimiento centra su esfuerzo en estos dos últimos aspectos. Por un lado, da herramientas y habilidades a los estudiantes para identificar mercados, oportunidades y recursos; por otra, enseña la gestión de las nuevas empresas. Pero no hay una formación adecuada sobre los aspectos próximos y distantes que influyen en los pensamientos, expectativas y creencias del individuo. Esto se evidencia en la evaluación de la educación de emprendimiento a nivel mundial realizada por Interman, unap e ilo: “Los programas de desarrollo del emprendimiento son una colección de enseñanzas de carácter oficial que informa, capacita y educa a cualquier interesado en participar en el desarrollo socioeconómico a través de un proyecto que promueva (1) conocimiento del espíritu emprendedor, (2) la creación de empresas, (3) desarrollo de pequeñas empresas o (4) la formación de formadores (Osorio Tinoco & Pereira Laverde , 2011).

Sánchez et al, analizo tres variables de personalidad que son la autoeficacia, propensión al riesgo y personalidad proactiva para establecer un modelo general de intenciones emprendedoras. Encontrando que existe una relación entre ellas, Sin embargo, hace recomendaciones de que estos rasgos de personalidad y haría falta estudiar variables cognitivas y encontrar la relación entre ellos.

Se analiza como las diferentes instituciones públicas fomentan una actitud emprendedora en sus estudiantes para llevar con la visión de crear su empresa, por

tal motivo se relación a las siguientes investigaciones que es de suma importancia la actitud emprendedora en sus alumnos.

Actualmente se vive una preocupación importante por las diversas instituciones y agentes sociales implicados en los procesos de creación de empresas y por las propias Universidades, que se plasman en programas de promoción a la creación de empresas a todos los niveles.

En base a los resultados de la investigación se concluye que la única forma en que se puede desarrollar el emprendimiento es aprender haciendo y aprender emprendiendo. Para formar emprendedores hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional, y educar por competencias (Krauss, 2011).

Otra manera de fomentar el emprendimiento entre los estudiantes es por medio de un concurso de ideas y planes de negocios. El mismo ya ha venido desarrollándose y permite que estudiantes de grado y postgrado así como de diferentes carreras se integren y creen un proyecto en forma conjunta. La ventaja que trae aparejada la integración es que logran complementarse y apoyarse, requisito fundamental para hacer que un emprendimiento funcione. (Krauss, 2011)

Varios autores realizan investigaciones a lo que un diseño de modelo adecuado para fomentar la actitud emprendedora en sus estudiantes consideran de importancia realizarlo dentro de las universidades para combatir lo principal el desempleo laboral en sus estudiantes al momento de egresar y a si mismo que cuenten con las herramientas, conocimientos , experiencias elementales para poder crear una empresa básica, y de esta forma es como va surgiendo parte de la investigación a desarrollar.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son factores que determinan la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de la Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín?

Objetivo general:

Estudiar los factores que determinan intención emprendedora en estudiantes universitarios de las diferentes carreras de FINSQ de UABC para contribuir en mejorar su formación y desempeño profesional.

Objetivos específicos.

1. Identificar si los aspectos demográficos determinan la intención emprendedora en los estudiantes universitarios.
2. Comparar los niveles de intención de emprendimiento en las distintas carreras de la FINSQ
3. Describir las variables que inciden en la intención emprendedora.
4. Identificar si el docentes de la FINSQ en su práctica proceso enseñanza aprendizaje fomentan la intención hacia la creación de empresas.
5. Describir mediante sugerencias y recomendaciones medios para fomentar el desarrollo de la intención emprendedora en estudiantes universitarios.

Justificación

La Intención emprendedora, puede considerarse un factor clave para el desarrollo corporativo de un empresario: sus habilidades, conocimientos, capacidades, experiencia y valores la actitud empresarial que se forja al inicio y durante el desarrollo asimismo, esta actitud es una conducta de iniciativa para propiciar el constante desarrollo de ideas creativas y generar mejoras en su entorno.

Jorge Olmos señala: “el espíritu emprendedor es un proceso orientado a la creación”, y me gustaría señalar que sin importar si estamos hablando de una organización lucrativa o una no lucrativa, en ambos casos los emprendedores son

capaces de visualizar algo que los demás no pueden ver, y realmente se comprometen consigo mismo para hacer realidad sus sueños, Es importante considerar que el aspecto oportunidad es relevante para alcanzar las metas de su proyecto. (Olmos, 2007, pág. 3 y 4).

Relación positiva entre la presencia de características emprendedoras de una persona y la decisión de comenzar una empresa (Elrnutm, 2012; Mueller, 2004).

El beneficio principal de este estudio es para los estudiantes universitarios de la universidad autónoma de baja california campus San Quintín al generar La intención emprendedora podrán desarrollar con sus conocimientos y habilidades necesarias que les permita desarrollarse exitosamente en un mercado laboral competitivo y crear su micro empresa para sustento personal.

Como se mencionó se tendrá estabilidad en el empleo ya que hoy en día es un tema de suma importancia que al egresar estudiantes no encuentran empleos en sus áreas de conocimientos y empleos mal pagados, al generar esa actitud emprendedora podrán tener los conocimientos, las herramientas básicas para poder emprender ser empresarios exitosos.

Teniendo a si la demanda el impulso de una formación profesional con una mentalidad emprendedora que posibilite a los jóvenes incursionar de mejor manera en un contexto laboral difícil y cambiante.

Para iniciar a desarrollar un ambiente que fomente el emprendimiento es necesario que los Docentes conozcan los niveles de características emprendedoras que conlleven a determinar el interés y disposición de los estudiantes a evaluar la intención de emprendimiento como una conducta a futuro (Taatila, 2013).

En tal sentido la universidad tendrá como función de revisar y adecuar el proceso enseñanza aprendizaje, para que los estudiantes universitarios puedan tener una elevada intención emprendedora y que contribuya al desarrollo y creación de nuevas empresas para generar empleo y crecimiento de la economía y la sociedad.

Como impacto social se menciona se tendrá estabilidad en el empleo ya que hoy en día es un tema de suma importancia que al egresar estudiantes no encuentran empleos en sus áreas de conocimientos y empleos mal pagados, encontrar una fuente de empleadores para la población en general. Al generar esa Intención emprendedora podrán tener los conocimientos, las herramientas básicas para poder emprender y ser empresarios exitosos.

El desarrollo de la intención emprendedora no sólo debe estar encaminada a fomentar vocaciones emprendedoras o generar empresario, sino comprender la naturaleza del emprendimiento en todas sus vertientes: social, pública, privada. Lo que puede ser un activo para el desarrollo de cualquier actividad profesional o la empleabilidad en general. El beneficio económico al generar nuevas fuentes de ingresos económicos, y tecnologías al proponer productos nuevos e innovadores por medio de estas ideas de los estudiantes con su iniciativa emprendedora.

La importancia académica de esta tesis de investigación, es relevante ya se exploran modelos, y así como los resultados que determinan las relaciones entre variables explicativas de la intención emprendedora que contribuirán a la comunidad académica para identificar y mejorar al proceso enseñanza aprendizaje.

CAPITULO I MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se habla sobre el contexto donde se realizara el estudio de caso, las especificación de cómo se encuentra el tema hoy en día, el impacto tanto México así como de manera particular en baja california. Tratando la información más relevante que ayude a realizar la investigación más adecuada al resultado que se desea obtener

1.1 El Emprendimiento en México.

De acuerdo al Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo, México se encuentra en el lugar número 62, dentro de un total de 118 países. Muestra los factores que conllevan al crecimiento económico y a la creación de empleos, ambos considerados como factores básicos para la competitividad y productividad de cualquier país. Datos oficiales de la Secretaría de Economía y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, las PYMES contribuyen al 48% del producto interno bruto del país. De ahí, el 91% corresponde a servicios, manufactura y comercio. Esto es, solamente el 9% del producto interno bruto es producido por emprendedores en sectores convencionalmente considerados como de innovación (Aguirre, 2013).

México ha llevado a cabo una serie de estrategias para desarrollar el emprendimiento. En el año 2012 se generó lo que hoy conocemos como el Instituto Nacional del Emprendedor INADEM. Para el año 2014 se fusiona el Fondo PYME y el Fondo Emprendedor, generando así el Fondo Nacional Emprendedor – administrado por el INADEM- cuyo propósito es el “ fomentar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como impulsar la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva que se sustente crecientemente en MIPYMES más productivas ubicadas en sectores estratégicos” (Portal del Sistema Emprendedor). En este proyecto se representa una Política Integral Federal de apoyo a las micro,

pequeñas y medianas empresas a través un solo medio (Décaro Santiago & Osnaya Baltierra, 2015).

En relación a las actitudes de los emprendedores, estas se dividen en actitudes, habilidades y aspiraciones. Este aspecto es sumamente importante, ya que representa el más bajo puntaje de los tres aspectos analizados por la encuesta, sólo se obtuvo un 27.52 en promedio. En actitudes empresariales se obtuvo un 40.76, habilidades 20.79 y aspiraciones empresariales 21.31. La situación económica actual en el país, requiere que los estudiantes no sólo deseen trabajar como empleados, los salarios no son muy altos y existe cada vez más competencia. Por lo tanto es necesario que los egresados de universidades se planteen la necesidad de auto emplearse, es decir crear su propia empresa (Mendoza González, 2016).

Crece el emprendimiento en el mundo, revela el estudio Altos niveles de optimismo emprendedor, ambición e innovación son vitales para el avance de las economías, revela el estudio *'The Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report'* En México destaca el crecimiento en la actividad emprendedora en etapas tempranas, que aumentó cuatro puntos porcentuales en un año, a la vez que el índice de mortalidad de las nuevas empresas descendió un punto.

Con la convicción de que el emprendimiento puede ser una herramienta poderosa para combatir la pobreza, crear equidad y reducir brechas de desigualdad. En México el estudio destaca que la actividad emprendedora en la fase inicial pasó de 14.8 por ciento a 19 por ciento, lo que representa un crecimiento de cuatro puntos porcentuales en un año. Otro factor importante es que la tasa mortalidad de las empresas cayó un punto

Diversos factores influyen en el desarrollo de las economías hay hechos que no varían como que el día dura 24 horas y la energía que un ser humano puede dedicar efectivamente a su trabajo son 10 horas, por lo que invitó a eliminar todos los

factores, como el exceso de trámites burocráticos, que obstruyen esta energía e inhiben el emprendimiento

Los emprendedores mexicanos bajó el porcentaje del miedo al fracaso, subió medio punto la intención de emprender, pero por otro lado disminuyó la difusión del emprendimiento en los medios de comunicación, las nuevas empresas mexicanas un 75 por ciento siguen muy enfocadas en el mercado nacional y siguen en una economía basada en la eficiencia cuando hay que migrar a una de innovación (ITESM, Agencia informativa, 2015).

1.2 Descripción de Baja California.

En este apartado del contexto se abordan características del valle de San Quintín, Municipio de Ensenada, del Estado De Baja California, donde se desarrolla la investigación. En tal sentido se describen sus principales rasgos de localización geográfica y demográfica, económica, distribución de ingresos, educación y capacitación.

Baja California está ubicado en el extremo noroeste de México. Comparte la península de Baja California con el estado de Baja California Sur. Antes de alcanzar categoría de *Estado* en 1952, tenía el nombre de Territorio Norte de Baja California. Tiene un área de 71 576 km², es decir, el 3,57 % del país. Limita al oeste con el océano Pacífico, al este con el mar de Cortés o Golfo de California, el estado de Sonora y el estado estadounidense de Arizona, al sur con el estado de Baja California Sur y al norte con el Estados Unidos de California (Wikipedia, 2016).

San Quintín es un pueblo costero perteneciente al municipio de Ensenada en el estado de Baja California en México. Se localiza en los 30°33'37" de latitud norte y a 115°56'33" de longitud oeste. Es la localidad pesquera más poblada del extremo sur del estado (Wikipedia, 2016).



Figura 2 Localización Geográfica San Quintín

Fuente: (mapa San Quintín)

1.3 Geografía.

La geografía del estado es muy diversa. La Sierra de Baja California está situada en medio de la península y en su largo tramo tiene diferentes denominaciones; las más importantes son la Sierra de Juárez y la Sierra de San Pedro Mártir, en la cual se encuentra el Pico de la Encantada - el de mayor altura en la península. Desde el Pico de la Encantada se puede apreciar gran parte del Alto Golfo de California y el Desierto de San Felipe (Wikipedia, 2016).

La zona de San Quintín es una de las más dinámicas de Baja California y de México, tanto poblacional como económicamente. Está integrada por las localidades de: Lázaro Cárdenas, San Quintín, Ejido Papalote, Colonia Nueva Era, El Vergel y otras 144 localidades con menos de 2,500 habitantes. En los últimos 15 años ha tenido un gran desarrollo convirtiéndose en un área exportadora de tomate y hortalizas, utilizando para ello modernas tecnologías además de mano de obra de estados como Oaxaca, Chiapas y Puebla, entre otros. Los niveles de productividad que se han alcanzado generan altos

rendimientos que permiten competir exitosamente en el mercado mundial de las hortalizas, en cultivos como tomate, pepino, calabaza, coliflor, brócoli y fresa. La cercanía con Estados Unidos de América y el bajo costo de la mano de obra favorecen la competitividad de las empresas (Coplade, 2015).

1.4 Sociedad diversa heterogenia y plural

La subordinación aguda de los indígenas en la estructura de relaciones sociales se filtra en las alianzas entre actores y sus vínculos con el gobierno regional. Dicha posición también origina su discriminación étnica en el mercado de trabajo agrícola; 82% de los hablantes de lengua indígena labora, en su mayoría, como peón o jornalero agrícola (77.6 por ciento). Esta condición cambia si se les ve como inmigrantes (52 por ciento) o bien como nacidos en la región (23) (Ibid. 2003) (Velasco , 2011).

Los indígenas llegan en mayor cantidad a la zona; nueve de cada diez hablantes de una lengua autóctona nacieron en otro estado, a diferencia de cuatro de cada diez que sólo hablan español, que nacieron en otra entidad. La diversidad de lenguas indígenas se asocia de manera directa con el fenómeno migratorio de la región. Y todas tienen su origen cultural en otro estado de la República Mexicana; las más habladas son mixteco (78.72 por ciento), triqui (11.74) y zapoteco (4.26) (Velasco , 2011)

La gran diversidad cultural del valle de San Quintín, los aspectos relevantes de la sociedad del valle destacan sus relaciones tradiciones culturales, esta situación ha dado como resultado distintas formas de expresión y organización social y ha generado una heterogeneidad de identidades sociales, mismas que se manifiestan a través de lo que hacen las comunidades y el comportamiento de las familias y las personas. Son expresiones que tienen que ver con los usos y costumbres de las comunidades y con las experiencias, conocimientos y percepciones de cada uno de los individuos que las forman.

Las identidades sociales con sus respectivas costumbres tradicionales están influenciadas a su vez por las grandes transformaciones que hoy en día se observan en el mundo. Ciertamente el municipio de Ensenada y A si como el valle de San

Quintín no es ajeno a los efectos que se están generando en el terreno económico, social, científico y tecnológico producto de estas transformaciones. Tratando de incorporar los nuevos valores y los conocimientos de tecnologías que surgen en el mundo (Velasco , 2011).

En términos culturales esta última situación representa uno de los grande retos que se tiene que enfrentar, a través de personas emprendedoras, estudiantes, que tengan una nueva visión de las cosas y sean capaces de realizarlo entre lo local y lo global entre las identidades propias y las internacionales, las costumbres tradicionales y las nuevas formas de convivencia y relaciones sociales.

1.5 Sociedad dispersa marginal

La agricultura la producción agrícola en la región san Quintín cuenta con 47,000 Ha de tierras de cultivo, de las cuales 32,000 Ha son de temporal y 15,000 HA de riego, (SAHOPE, 1996). Los mayores volúmenes de cultivos perennes y estacionales se producen en el valle de san quintín siendo en el año. En el periodo de primavera verano en donde destaca como productos principales por superficie cosecha el tomate con aproximadamente 4919 HA, con rendimiento y mayor valor por hectárea. L e siguen en orden de importancia de superficie cosechada, la calabacita, el chile (450 y 250 ha respectivamente). En cuanto al producto de mayor rendimiento y uno de los precios más altos para ese ciclo, figuro la cebolla con 45 ton/ha y 90 000 pesos/ha en los cultivos de riego, se destacan el tomate vara y el suelo con 1099 ha cosechadas, destacando por su rendimiento el tomate de vara con 45 ton/ha. Seguido de las fresas con 660 ha cosechadas y un rendimiento de 45 ton/ha, destaca además la col de brúcelas con 201 ha cosechadas y un rendimiento de 14 ton/ha. (Peralta, 2010).

1.6 Educación.

En el estado de Baja California el nivel de escolaridad mostrado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía muestra, el **grado promedio de escolaridad**

de la población de 15 años y más es de 9.7, lo que equivale a casi primer año de educación media superior, de cada 100 personas de 15 años y más (INEGI, 2015).

Tabla 1.1 Escolaridad promedio de la población.

Tabla 1 Escolaridad promedio de la población

3.0	No tienen ningún grado de escolaridad.
51.9	Tienen la educación básica terminada.
25.5	Finalizaron la educación media superior.
19.4	Concluyeron la educación superior.
0.2	No especificado.

Analfabetismo

En Baja California, 2 de cada 100 personas de 15 años y más, no saben leer ni escribir.

1.7 Capacitación.

El gobierno del estado realiza acciones y propone para el combate al desempleo, la pobreza con programas que impulsen y faciliten el desarrollo integral de las habilidades y capacidades productivas de la juventud del Valle de San Quintín y el Municipio de Ensenada. De tal manera se constituyan como emprendedores para el desarrollo de la economía de las regiones.

1.8 Programas de apoyo para emprendedores y Mipymes.

En la Secretaría de Desarrollo económico identifica 4 etapas en la evolución natural de las empresas y diseñamos programas específicos para cada etapa y así brindar a las Mipymes el apoyo exacto para cada etapa y así brindar a las Mipymes el impulso para pasar al siguiente nivel. Inicia, consolida, crece y despegas. (Programas de apoyo para emprendedores y Mipymes, 2014).

De igual manera ofrece una serie de capacitaciones como son beneficios del régimen de incorporación fiscal, compras, ventas, registro de marcas, retos de la

empresa familiar, mujeres empresarias y emprendedoras, pasos para hacer tu plan de negocios, se imparten en los diferentes centros de apoyo al emprendedor, San Quintín, Ensenada y los demás municipios perteneciente a la secretaria de desarrollo económico para impulsar el nacimiento de nuevos jóvenes emprendedor y formar con herramientas básicas para el fortalecimiento de sus empresas.

1.9 Población.

La población En el 2015, en el estado de Baja California viven, 1 665 425 mujeres y hombres 1 650 341 que nos da un total 3 313 766 siendo así que Baja California ocupa el lugar 14 a nivel nacional por su número de habitantes.

En esta zona del valle de San Quintín habita 42,411 personas de las cuales 51% son hombres y 49% mujeres. El 51.1% de los habitantes procede de fuera de la entidad; en promedio la población tiene un grado medio de escolaridad de 6.2 años cursados; la PEA se compone de 98.8% de personas ocupadas y 1.2% desocupadas, mientras que 11,172 personas se encuentran económicamente inactivas (INEGI, 2015).

La Zona de Vicente Guerrero está integrada por Vicente Guerrero, colonia Lomas de San Ramón, Santa Fe y otras 22 localidades con menos de 2,500 habitantes. Es uno de los núcleos urbanos más importantes de la región conocida como San Quintín, como parte de la región sur del Estado se ubica en la porción costera del municipio de Ensenada, y pertenece a la franja Mediterránea comprendida de los 30 a los 32 grados de longitud Norte, caracterizada por clima frío con lluvias en invierno, y un verano seco y caluroso. En 2010 el 91.9% de la población de la colonia Vicente Guerrero habitaba en localidades urbanas, es decir, en localidades mayores de 2,500 habitantes, muy similar al indicador para el estado que era de 92.3%. Sin embargo, la base económica de esta colonia es agrícola, aunque la mayoría de sus habitantes viva en localidades urbanas. En esta zona habitan 19,465 personas de las cuales 49% son hombres y 51% mujeres. En la colonia Vicente Guerrero el 48.6% de los habitantes procede de fuera de la entidad; en promedio la población

tiene un grado medio de escolaridad de 7.0 años cursados; la PEA se compone de 98.7% de personas ocupadas y 1.3% desocupadas, mientras que 5,420 personas se encuentran económicamente inactivas (Coplade, 2015).

1.10 Empresas.

Tabla 2 Principales sectores de actividad

Sector de actividad económica	Porcentaje de aportación al PIB estatal (año 2014)
Actividades primarias	3.20
Actividades secundarias	35.61
Actividades terciarias	61.18
Total	100

Observa la gráfica y compara el porcentaje de aportación al PIB estatal por sector económico:



ACTIVIDADES ECONÓMICAS MOTORAS DE LA REGIÓN SAN QUINTÍN 1) Agricultura: 74.8% de importancia regional y 85.03% de participación municipal. 2) Comercio: 7.92% de importancia regional y 10.49% de participación municipal. 3) Turismo: 2.62% de importancia regional y 10.31% de participación municipal. 4) Servicios comunales, sociales y personales: 9.47% de importancia regional y 22.1%

de participación municipal. 5) Pesca: 1.75% de importancia regional y 24.77% de participación municipal (INEGI, 2014).

1.11 UABC San Quintín Reseña Histórica.

El Centro de Extensión Universitaria San Quintín, inició actividades en la Colonia Lázaro Cárdenas, Delegación de San Quintín, Municipio de Ensenada, Baja California en junio de 1998, con instalaciones rentadas y ofertando los cursos de Educación Continua de Computación, Actualización en Administración e Inglés para toda la comunidad. En estas instalaciones se ofertaban cursos de actualización hasta marzo de 2005.

El 18 de marzo de 2003, durante un recorrido y reuniones que sostuvieron en el Restaurant Molino Viejo con diferentes organismos, alumnos y maestros, el Dr. Gabriel Estrella Valenzuela, Secretario General y representante de la Universidad Autónoma de Baja California, acompañado por la Vicerrectora de Ensenada, María Guadalupe García y Lepe, establecieron el compromiso con la comunidad de crear una Unidad Universitaria. Este compromiso fue en respuesta a la demanda que la población manifestó de contar con educación superior para los estudiantes de la región, con igualdad y equidad de oportunidades.

El Centro Universitario San Quintín, empezó a funcionar el 18 de agosto de 2003, en las instalaciones prestadas por el Colegio de Bachilleres (COBACH), Plantel San Quintín, con la apertura de los Troncos Comunes: Ciencias de la Ingeniería y Económico-Administrativas con una matrícula de 80 alumnos y bajo la supervisión de Vicerrectoría Ensenada, además de la Administración y operación de las Facultades de Ingeniería Ensenada (FIE) quien fungía como director el Dr. Oscar Roberto López Bonilla y Ciencias Administrativas y Sociales (FCAYS) con MI Saúl Méndez Hernández, del Campus Ensenada. El Coordinador de dicho centro fue el M.C. Raúl Celis Ceseña. Las clases se impartían por las tardes con horario de 3:00 a 10:00 pm. En estas instalaciones permaneció el recinto universitario por espacio de 2 años consecutivos (2003-2 a 2005-1), hasta que inició la construcción de la

propia unidad universitaria en el km. 180.2 de la Carretera Transpeninsular "Benito Juárez García" del tramo Ensenada-San Quintín.

Debido a la buena demanda de la población estudiantil, en el mes de octubre del mismo año, se gestó la donación de un terreno de 16 hectáreas por parte del Químico Luis Rodríguez Hernández, empresario de la localidad. El terreno se ubicó frente a la carretera Transpeninsular en el tramo comprendido entre el Ejido Padre Kino y el puente del Rancho Magaña, donde se proyectó también la construcción de un boulevard de acceso de cuatro carriles, campos deportivos, espacios recreativos y culturales, con la finalidad de que el estudiantado gozara de todas las comodidades.

Posteriormente, el Centro Universitario cambió sus actividades en agosto de 2005 a las instalaciones que actualmente ocupa en el Km 180.2 de la Carretera Transpeninsular, Valle de San Quintín. Se colocó la primera piedra el 22 de septiembre de 2004, gracias a la donación de hectáreas de terreno que entregó Don Ramón Magaña Prado y a la inversión de 4 millones de pesos que conjuntamente la Universidad, el Gobierno del Estado y la Federación financiaron.

El 16 de febrero de 2006, se formalizó la creación de la Escuela de Ingeniería y Negocios en San Quintín, en el H. Consejo Universitario realizado en la Ciudad de Tecate, Baja California; posteriormente el 20 de febrero del mismo año, fue designado por el Sr. Rector Alejandro Mungaray Lagarda como Director interino al Dr. Jesús Salvador Ruiz Carvajal. Dicha Unidad Académica inicio clases oficialmente el 12 de agosto de 2006, con la apertura de tres carreras terminales: Ingeniero Agrónomo, Ingeniero en Computación y Licenciado en Administración de Empresas y los Troncos Comunes de Ciencias de la Ingeniería y Contable-Administrativo, al siguiente año se creó el de Ciencias Agropecuarias. Fue en ese semestre que la operación, administración y planeación total dependió de los nuevos directivos de la escuela y se dejó depender de la Facultad de Ingeniería y Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de Ensenada (Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín, 2015).

1.12 Situación actual UABC San Quintín.

Con el nacimiento de la escuela se atendió la demanda de los estudiantes universitarios del poblado de San Quintín, dando mayor cobertura de educación superior, lo cual permite que los jóvenes tengan una formación profesional de calidad.

Actualmente en la Facultad de Ingeniería Y Negocios San Quintín, imparte las carreras de Ingeniero Agrónomo, Ingeniero en computación, Licenciado en Administración de Empresas Y Licenciado en contaduría. (Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín, 2015)

El crecimiento de esta facultad ha sido constante y a la fecha tiene dentro de sus instalaciones un invernadero de media tecnología donde los estudiantes de agronomía pueden realizar sus prácticas de campo. La UABC unidad San Quintín, cuenta con dos salas de computación, dos salas audiovisuales, una biblioteca.

Cuenta con una matrícula registrada aproximada de 600 alumnos por las 4 carreras que oferta la Unidad Académica, indicando la investigación será realizara con los alumnos del área económico administrativo.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

En este capítulo de marco teórico se expone un resumen acerca de los antecedentes históricos del concepto de emprendedor, intención emprendedora, la importancia que ha adquirido hoy en día las personas emprendedoras, también se muestra las características, atributos que debe de tener un buen emprendedor, motivaciones, liderazgo y actitud que forman parte del emprendimiento, así como modelos que han venido contribuyendo al desarrollo de jóvenes emprendedores creando una actitud emprendedora para generar el desarrollo económico de cualquier país.

La investigación se realiza con diferentes puntos importantes que han trabajado diversos autores y han aportado de manera importante fortaleciendo esta investigación. En este apartado se desarrolla los modelos y teorías que especifican cuales los factores que influyen para llevar a cabo la intención de emprendimiento y a sí mismo la importancia del docente en su práctica para promover el emprendimiento.

2.1 Antecedentes de emprendimiento.

La palabra emprendimiento, se deriva del termino francés *entrepener*, significa estar listo a tomar decisiones o iniciar algo, aparece a principios del siglo XVI siendo utilizada inicialmente para referirse a los aventureros que viajaban al nuevo mundo en búsqueda de oportunidades de vida sin saber con certeza que esperar o también a los hombres relacionados con las expediciones militares.

El emprendimiento hoy en día ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas por lograr su independencia y estabilidad económica, lo que hace unas personas que encuentre una oportunidad, o se encuentre insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado y como consecuencia de ellos quiera alcanzar mayores logros.

Alfonso Rodríguez (2009) y Verin (1982) coinciden que inicia a partir del XVII Y VVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto o maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. De esta manera se puede considerar que se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinadas en variables de producto y dinero (Rodríguez, 2009).

El origen del concepto emprendedor está basado en la teoría económica (Zimmerer y Scarborough, 1996). A principios del siglo XX, Joseph Schumpeter (1883-1950) reconoció al emprendedor como el centro de un sistema económico. La ganancia proviene del cambio que escribió y el cambio es producido por el empresario innovador. La innovación era la razón de ser del *entrepreneur*. Fue el primer economista que mencionó al emprendedor como alguien excepcional, creativo del capitalismo mediante la introducción de la innovación. El espíritu emprendedor implica la existencia de un sujeto con su propia y singular mirada (García, Garza, Saenz, & Sepulveda, 2002).

Se puede decir entonces como menciona Schumpeter (1934) que define a los emprendedores como a todos aquellos individuos que poseen habilidades especiales con las que solo un grupo limitado de personas cuenta ya que son capaces de adaptarse a los recursos que disponen y obtener el máximo de ellos para satisfacer las necesidades que tienen los consumidores. Así mismo menciona que el emprendedor siempre está alerta a las condiciones del mercado e identifica oportunidades, tratando de buscar la innovación.

Ahora bien, ha sido común en la literatura recurrir al modelo de intenciones propuesto por Krueger (2005), o a una extensión de éste, para distinguir entre la

actitud, la intención y el comportamiento emprendedor del individuo. Específicamente, la actitud emprendedora hace referencia a un estado cognitivo o pensamiento favorable al emprendimiento.

Con base en estas publicaciones se puede afirmar que el emprendimiento se ha tratado de explicar, en primer lugar, desde variables que caracterizan a un territorio dado, demostrando la investigación realizada que las estructuras institucionales regulativas, normativas y cognitivas ejercen diferentes tipos de presiones que en ocasiones incentivan y en otras inhiben el desarrollo del espíritu empresarial y la creación de empresas que, en estos trabajos, suele asociarse a la generación de empleo y riqueza en el territorio. En segundo lugar, los trabajos realizados que centran su interés en la persona emprendedora ponen de manifiesto que la iniciativa empresarial depende, además, de los propios rasgos y atributos individuales ya que éstos condicionan las percepciones que las personas tienen (Díaz, 2015). En tal sentido se considera que una persona emprendedora cambia los recursos económicos, de un área de muy baja productividad hacia otra área con mayor productividad y rendimiento.

El emprendimiento ha tenido sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. Es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque este no se haya desarrollado en todos. Por ello durante los últimos años este tema se ha vuelto una necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos de las distintas sociedades. Es tan importante y necesario el emprendimiento que ya se habla de la cultura del emprendimiento como una manera de pensar, actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades del desarrollo como una visión global y de un liderazgo equilibrado de la gestión, un riesgo calculado cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad. Es decir conjunto de valores, creencias,

ideologías, costumbres y normas que comparten un grupo de personas hacia el emprendimiento.

2.2 Definiciones de emprendimiento.

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo.

Por otra parte según Rafael 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 (Alcaraz Roridguez , 2015).

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).

Emprendimiento es un acto que conlleva hacer realidad las ideas y oportunidades que han sido identificadas por individuos o colectivos en un contexto determinado. Dentro de este acto podemos identificar la figura del emprendedor como el actor principal del emprendimiento y el desarrollo económico. Krauss (2008), menciona que diversos organismos internacionales y autores han reconocido la importancia de los emprendedores a la hora de considerar el desarrollo económico de los distintos países. Debido a que ellos “crean trabajo a partir de la innovación, la competitividad, la productividad, el capital de riesgo, transformando la economía y el mundo” (Espíritu, Gonzalez , & Alcaraz, Desarrollo de competencias emprendedoras, 2012).

Gray y Cyr (1994) definen el término emprendedor es un sinónimo de empresario. Pero sobre todo alguien que organiza controla y asume riesgos en un negocio ante su deseo de enfrentar desafíos y la oportunidad de alcanzar los logros y el impulso por cumplir necesidades personales emocionales y psicológicas. (Alcaraz 2015).

Alcaraz (2015) cita a Hiam y Orlander (1996) para definir emprendedor como un individuo que inicia, administra y asume riesgos y recompensas de un nuevo negocio, además refiere a Longenecker, Moore y Petty (1994) para complementar la definición indicando que se trata de una persona con aptitud para innovar y disposición para asumir el riesgo.

El término emprendedor es la capacidad de utilizar adecuadamente los recursos disponibles. Tanto Herber (1989) como Link lo definen como aquel que se especializa en asumir, la responsabilidad de las decisiones que tiene que ver con la localización y uso de bienes, recursos e instituciones que aprovecha la información y recursos que tiene la facultad de detectar oportunidades de negocios para aprovecharlas.

Ninguna definición de emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más emprendimiento, ya que todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo. Por cada empresa establecida hay miles de nuevos negocios, tiendas de ropa y empresas consultoras, que han tratado de ser innovadoras, de crecer y mostrar otras características que demuestran la existencia de emprendimiento en un sentido dinámico, pero que han fracasado.

La definición de emprendimiento, emprendedor y emprender está más enfocada a preguntar: ¿cómo puedo hacer que la innovación, la flexibilidad y la creatividad sean más operacionales? (Timmons, 1998). Para ayudar a descubrir algunas respuestas, primero, se debe analizar el comportamiento que se deriva del espíritu

emprendedor. Es más realista considerar el espíritu emprendedor en el contexto de un rango de comportamiento (Rodríguez, 2009).

2.3 Características del emprendedor.

El emprendedor es una persona que tiene la intención de llevar en su práctica un negocio, también se considera quien toma riesgos por llevarlo a cabo, no todos los profesionistas independientes son verdaderos emprendedores, y no todos los emprendedores se crean de la misma forma por ellos se menciona por diferentes investigaciones y autores como ven las características que pueden tener los emprendedores.

En la quinta parte del siglo XX, ante el auge del *entrepreneurhip*, se desarrollaron distintos estudios en Estados Unidos de Norteamérica y posteriormente en distintos países, para trazar el perfil del emprendedor o sus características, para ello, la metodología más frecuente ha sido el análisis de la personalidad de los emprendedores de éxito, tratando de extraer el común denominador de ellos. La siguiente lista es producto de diversos estudios: El emprendedor debe ser Audaz, Apasionado, Responsable, El emprendedor monta su propio negocio por las siguientes razones: Ser su propio jefe Huir de la estructura empresarial, en la que se sienten prisioneros Poner en práctica sus ideas creativas, Poder ser útiles a los demás, Ponerse a prueba a sí mismos (Ramírez , Almanza , & Negrete).

El emprendedor debe de tener Para desarrollar la capacidad emprendedora en las personas, además de trabajar con los conceptos anteriores, es importante poder tener de un perfil que muestre con claridad la serie de características, habilidades y potenciales con las que debe contar el futuro emprendedor.

La investigación se ha realizado por diferentes investigadores como lo es Alcaraz se encuentra de acuerdo con John Kao (1989) muestran que las características del emprendedor que los distingue de las otras personas, es una persona con características muy particulares entre ellas esta. (Alcaraz, 2014)

- compromiso total, denominación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.

Además, Alcaraz (2015) clasifica las características del emprendedor en cinco grupos: factores motivacionales, características personales, características físicas, características intelectuales y competencias generales. La tabla 1 ilustra esta aportación.

Tabla 3 Características del Emprendedor según Alcaraz (2015).

Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de logro • Necesidad de reconocimiento • Necesidad de desarrollo personal • Percepción del beneficio económico • Baja necesidad de poder y estatus • Necesidad de afiliación o ayuda a los demás • Necesidad de independencia • Necesidad de escape, refugio o subsistencia.
Características personales	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa personal • Capacidad de decisión. • Aceptación de riesgos moderados • Orientación hacia la oportunidad • Estabilidad emocional • Orientación hacia metas específicas • Locus de control interno (atribuye a el mismo sus éxitos o fracasos. • Tolerancia a la ambigüedad incertidumbre. • Es receptivo en sus relaciones sociales • Posee sentido de urgencia • Honestidad / integridad y confianza • Perseverancia constancia • Responsabilidad personal • Es individualista

	<ul style="list-style-type: none"> • Es optimista
Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> • Energía. • Trabaja con ahínco.
Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> • Versatilidad/flexibilidad. • Creatividad/imaginación/ innovación. • Búsqueda de la verdad e información. • Planificación y seguimiento sistemático de resultados. • Capacidad para analizar el ambiente(reflexión) • Visión comprensiva de los problemas • Capacidad para solucionar los problemas. • Planificación con límites de tiempo
Competencias generales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Orientación al cliente • Capacidad para conseguir recursos • Gerente/administrador de recursos. • Patrón de facturas de producción • Exige eficiencia y calidad. • Dirección y gestión de la empresa • Red de contacto • Comunicación

Fuente: Alcaraz (2015, 6.)

Coinciden varios autores en esta lista de características del emprendedor lo siguientes. (Alcaraz , El Emprendedor del Exito , 2015).

Tabla 4 Características de los Emprendedores

Trabajadores	Son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan incansablemente para alcanzarlas.
Optimistas.	Consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar sus logros.
Orientación a la excelencia.	Su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para sentirse a un más orgullosos y satisfechos de lo alcanzado.

Fuente: elaboración propia.

El emprendedor posee características que le facilitan no solo emprender sino también hacerlas con éxito entre ellas algunas de las mencionas son.

- Creatividad e innovación
- Confianza en el mismo y sus capacidades
- Perseverancia
- Capacidad para manejar problemas
- Aceptación del riesgo (Alcaraz , El Emprendedor del Exito , 2015).

2.4 Perfil Emprendedor.

Muchos investigadores del comportamiento humano han estudiado el perfil del emprendedor, esto es, sus rasgos, valores, motivaciones y actitudes que conforman la personalidad de este fenómeno humano, social y económico de nuestros tiempos.

Para ser un buen emprendedor siempre se requiere contar con un perfil que cumpla con ciertas actitudes y ciertas características de personalidad, no es algo fácil que se pueda identificar con claridad.

El emprendedor lo han clasificado de acuerdo a sus rasgos de personalidad por diferentes autores conciden en que los factores a la hora de crear una empresa Lévesque et al., 2002; Djankov et al., 2006). Christersen (1994), tal y como se refleja en la tabla 1, hace una selección de los principales atributos emprendedores a través de un recorrido histórico desde Stuart Mill en 1848 hasta Winslow y Solomon, en 1987 (Alonso & Glave , 2008)

Tabla 5 Característica del Emprendedor

Autor	Atributo
Stuart mil (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa

Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro.
Dauids (1963)	Ambición, independencia responsabilidad y autoconfianza
Palmer (1971)	Asunción y control de riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Lles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1974)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Wlsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkegerg y cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow Y Solomon (1987)	Ligeramente sociopatico

Fuente: Christensen (1954).

Autoconfianza. La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales.

La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado. (Piedrahita , 2010)

La confianza debe extenderse también a las personas que van a formar parte de la empresa. Y es que esta capacidad (estrechamente relacionada con la autoestima personal) se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación. (Piedrahita , 2010).

Orientación al logro. Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio. El emprendedor tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo. Por eso, esta capacidad se relaciona con otras como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, y con la energía vital y con el entusiasmo, necesarios para conseguir logros de largo recorrido. (Piedrahita , 2010).

Asunción de riesgos. Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial. La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El proceso de creación de una empresa no se acomete (o, al menos, nunca debería hacerlo) de manera aleatoria. El emprendedor ha analizado el entorno, ha diseñado su producto o servicio, ha analizado la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad.

Resultará contraproducente asumir demasiados riesgos si la realidad lo desaconseja, o trabajar en un ambiente de total inseguridad. Por tanto, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y, por supuesto, evitar los que sean innecesarios.

Expectativa de control. Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones. En ocasiones, la persona emprendedora puede culpar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no

relacionadas con su conducta. Pero realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado. (Piedrahita , 2010).

Tolerancia a la frustración. Puede definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse. Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es normal que no todo salga bien a la primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar. (Piedrahita , 2010).

Orientación comercial. Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración. Las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta.

El emprendedor no actúa aislado: el desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha y su crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación. Por supuesto, debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio a su cliente (Piedrahita , 2010).

2.5 Clasificación o tipo de emprendedores.

El emprendimiento es un tema que asocia con los emprendedores empresariales a quienes se les atribuye ciertas características de personalidad y en ámbitos. Pero

poco se conocer acerca de los emprendedores que poseen otro perfil como lo es el social.

Emprendedor social. Sugiere de inmediato una asociación al concepto de emprendedor empresarial o comercial, que es más conocido en el ámbito de los negocios. Aunque existen varias semejanzas entre ellos, sus fines determinan sus formas de actuar. “Lo más importante es que el emprendedor social entiende a la empresa como un importante motor de creación de desarrollo y progreso; como la mejor respuesta a la falta de eficiencia de la administración pública, en especial en los países en vías de desarrollo” (Foro Barcelona, 2004). (Ribeiro , Roig, & Alicia, 2013)

Sabe que para conseguir su objetivo debe desafiar los modelos y sistemas tradicionales de empresa, al operar en las partes más complicadas de los mercados, aquéllas en donde han fracasado tanto las iniciativas privadas como las públicas. Sin embargo, conoce ampliamente su entorno y sobre todo la red social en la que actúa, a diferencia de la filosofía individualista que caracteriza a la empresa privada. (Foro Barcelona, 2004). (Ribeiro , Roig, & Alicia, 2013)

El emprendedor social tiene el objetivo fundamental de crear valor social en lugar de riqueza personal (Urbano, Toledano & Ribeiro, 2010, Zadek & Thak, 1997) mediante los procesos de innovación social – y no la innovación económica – (Kramer, 2005, Austin et al., 2006, Leadbeater, 2007) y abordando problemas sociales en lugar de necesidades individuales (Harding, 2006, Westall & Chalkley, 2007). De acuerdo con sus objetivos, se puede definir al emprendedor social como una persona que trata de resolver un problema social con un enfoque innovador a la vez que desarrolla una actividad emprendedora. A diferencia del emprendedor orientado a los negocios, el emprendedor social está, en primer lugar, dirigido a crear un impacto social positivo y, en segundo lugar, a lograr el éxito financiero. (Ribeiro , Roig, & Alicia, 2013)

Otro rasgo distintivo de la iniciativa empresarial social está asociada a la dificultad a la hora de aprovechar los beneficios resultantes (Dancin et al., 2011). También se destaca, en el ámbito del emprendimiento social, que el emprendedor no se limita a funcionar solo en su habitat, sino que crece de manera global, es decir, el emprendedor social no tiene límites geográficos en su actividad de solucionar los problemas sociales.

El análisis del emprendedor social desde una perspectiva intercultural no se puede alcanzar observando sólo dentro de las fronteras de su propia cultura. Cada individuo es un producto de la cultura en la que nació y se educó, pero una característica importante del emprendedor social es precisamente su visión global y su deseo de poner de manifiesto los valores ambientales y sociales. Más allá de lo establecido para el emprendimiento económico, el emprendedor social salta las fronteras de su país con el deseo de satisfacer las necesidades que la economía no puede resolver (Ribeiro , Roig, & Alicia, 2013).

El emprendedor empresarial busca la retribución económica. Además de invertir su capacidad intelectual y física, también aporta sus recursos económicos y desea recuperarlos, asumiendo toda la responsabilidad para el buen funcionamiento de su empresa. Prueba de ello es que no espera a que alguien le ofrezca trabajo. Por el contrario, él mismo busca su fuente de ingresos y genera puestos de trabajo para los demás. Son personas que a la vez de estar realizándose profesionalmente en su empresa, apoyan a la economía de su región y del país.

Emprendedores habituales. Son emprendedores que establecen un conjunto de empresas creadas y desarrolladas por el mismo individuo, en los estudios sobre empresarialidad se reconoce la importancia de los habitual entrepreneurs, es decir, emprendedores que han tenido experiencia en la creación de múltiples negocios y se encuentran involucrados en la gestión de más de una compañía¹⁵. Así, según Iacobucci (2002), la elevada presencia de grupos empresariales entre las PYME pone en cuestión la aproximación metodológica sobre la unidad de análisis

apropiada para observar el desarrollo organizativo de las PYME (Brunet & Alarcón, 2004).

Alcaraz coincide con Scholhammer(1980). Divide a los emprendedores en 5 personalidades

1. **El emprendedor administrativo.** Hace uso de la investigación y el desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas
2. **El emprendedor oportunista** busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.
3. **El emprendedor adquisitivo.** Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.
4. **El emprendedor incubador.** En su afán por crecer y buscar nuevas oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos incluso a partir de alguno ya existente.
5. **El emprendedor imitador.** genera procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes mediante la mejora de ellos.

Las razones por la que emprenden.

Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado detenido o porque no tienen una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla hecha realidad.

Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable, es el caso si está desempleado ya sea porque acaba de ser despedido o porque ha decidido independizarse y requiere procurarse algún ingreso económico.

Sherman la motivación es un estado o condición que el individuo e incentivos u objetivos que se hallan fueran de él. Se puede definir que la motivación como la fuerza interior que estimula al individuo a alcanzar algo. Un impulso para lograr

metas sociales, familiares, laborales y académicos. La motivación surge de la acción recíproca entre el individuo y los factores de su entorno. Así pues la motivación se considera como el motor que impulsa al hombre a actuar de determinada manera (García, Garza, Saenz, & Sepulveda, 2002).

Alicia Cordura coincide con Maslow (1954) que el término de motivación para emprender procede del vocablo latino motus, que tenía que ver con aquello que movilizaba al sujeto para ejecutar una actividad, en el lenguaje popular una persona está motivada cuando emprende algo con ilusión, superando el esfuerzo que daba a realizar para obtenerlo. Por tanto, se puede definir que la motivación es como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo e implementa todo un proceso mediante pasos y que se mantiene firme lo que desea lograr y como resultado final es llegar a su meta (Corduras, 2006).

El liderazgo es considerado por Idalberto Chiavenato (pg.7:2011). Es un arte intranferible en tanto no hay reglas ni técnicas estructuradas que establezcan métodos científicos infalibles para conseguir la voluntad de los demás. Requiere una elevada sensibilidad, pasión por lo que se realiza respecto por quien lo hace. El liderazgo se da ante un grupo humano definido sin importar su tamaño, el propósito común que tiene claridad en los objetivos y en la misión apasiona y entusiasma a sus colaboradores en su consecución (Hernández, Rodríguez, Sergio, & Jorge, 2001).

El liderazgo y la motivación son importantes ya que la primera mira al líder y la segunda a sus seguidores, por lo tanto también se puede afirmar que liderar es provocar motivación.

Como se desprende de los objetivos, en este trabajo nos vamos a concentrar en estudiar sólo la influencia de la educación universitaria sobre aspectos actitudinales de los individuos. Casi todas las definiciones del concepto de actitud -tal como ha

sido elaborado por la psicología social- tienen en común el caracterizarla como una tendencia a la acción adquirida en el

Ambiente en que se vive y derivada de experiencias personales y de factores especiales a veces muy complejos. (Mollo , 2008).

En general, el término actitud designa un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia, que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones". Ander-Egg E., Técnicas de investigación social, Hvmánitas, Buenos Aires, 1987, 21 edición, pág. 251-252. Las actitudes no son conductas sino predisposiciones adquiridas para actuar selectivamente, conducirse de determinada manera en la interacción social. Tienen que ver con una forma de actuar. Operan como parte de un sistema de representación de la realidad, una vez incorporadas regulan la conducta. (Mollo , 2008)

Con lo que respecta a la actitud, se puede destacar que esta La actitud, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las labores. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar, también puede considerarse como cierta forma de motivación social de carácter, por tanto, secundario, frente a la motivación biológica, de tipo primario que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas (Fundación Wikimedia,, 2016).

El estadounidense Reynaldo Ordoñez definió actitud como un estado de disposición nerviosa y mental, organizado mediante la experiencia, que ejerce un influjo dinámico u orientador sobre las respuestas que un individuo da a todos los objetos y situaciones con los que guarda relación. En este sentido, puede considerarse la actitud como cierta forma de motivación social que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetivos y metas (Aptitud y Actitud, 2015)

En la psicología social menciona que las actitudes se refieren a puntos importantes para la predicción de conductas. Para el mismo la actitud se refiere a un favor o en

contra de un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho social o actividad humana (Aptitud y Actitud, 2015).

Todas las actitudes se expresan como reacciones afectivas provocadas por las Personas y las situaciones, y así es como las ve el observador.

2. El significado que tiene una situación para el individuo depende menos de sus Factores reales, “objetivos”, que de la forma que aparecen ante él y de la Impresión que le produce, o sea de la actitud que el individuo asume ante la Situación.

3. Las actitudes son creadas por las actitudes de los demás, que influye en ellas y Pueden modificarlas, favorable o desfavorablemente (Aptitud y Actitud, 2015).

La verdadera actitud de emprender tiene un nivel muy alto de autorrealización, de deseo de convertirse en lo que el hombre o la mujer es capaz de llegar a ser, lo ayuda a buscar su nivel de excelencia en todo lo que emprende, lo hace creativo, innovador, único, lo lleva a tener metas y lo mantiene apasionado para alcanzarlas. Emprender, como tarea principal, nos compromete a fomentar y desarrollar nuestra verdadera actitud emprendedora, para ello se requiere de una experiencia verdadera e innovadora, se requieren metas individuales de superación productiva en quehaceres concretos, se requiere acción creativa constante, caminos seguros y directos hacia el éxito (Anzola rojas)

La verdadera actitud emprendedora gesta el destino, es la diferencia del ser líder comprometido con los demás, consciente de la problemática social y económica con una clara sensibilidad del medio que le rodea y con una capacidad sin límites para aplicar sus deseos, conocimientos, habilidades, talentos, intereses, aptitudes y actitudes. Vive y motiva a los demás para que se multiplique la riqueza de su comunidad. Las actitudes y conductas específicas que asume este emprendedor están orientadas a una fuerte motivación al logro, a esa capacidad de correr riesgos cuando el logro depende de esta, pues está dispuesto a asumir responsabilidades de sus decisiones, adelantándose siempre al futuro (Anzola rojas).

2.6 Caracterización de la actitud emprendedora.

Actitud emprendedora: “Actividad llena de propósitos (incluyendo una secuencia integrada de decisiones) de un individuo o de un grupo de individuos asociados, comprometidos a iniciar, mantener o agrandar una unidad de negocios que se oriente hacia la obtención de ganancias para la producción y distribución de bienes económicos o de servicios”. Estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales, y Explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio sin explotar precedentes de una mala asignación de recursos.

Para desarrollar una actitud emprendedora es necesario tener una formación sobre creación de empresas, también ayudan los antecedentes emprendedores en la familia y la experiencia de trabajo. Estudios hablan respecto a que la edad en que la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años los 34 años de edad dado que se ha argumentado que los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos (Espiritu & Sastre , 2007)

Otro factor pueden ser los antecedentes familiares ya que la tradición familiar es un factor muy importante en el que se suscita un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas ideas y negocios Se dice que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son auto empleado o empresarios. (Espiritu & Sastre , 2007)

La experiencia laboral es un factor crucial que ayuda a moldear las aspiraciones profesionales. Los estudiantes con experiencia laboral dijeron tener ideas empresariales propias frente a una décima parte de estudiantes que nunca habían trabajado.

También para alimentar la actitud emprendedora es necesario que tener claro un ámbito de desarrollo.

La actitud emprendedora surge de estos planteamientos:

a) Pienso algún día tener mi propio negocio. La cual refleja la actitud que tiene el estudiante para realizar su objetivo en determinado momento.

b) La idea de tener mi propio negocio frente a trabajar por cuenta ajena me resulta atractiva. Esta pregunta muestra la intención que se tiene para llevar a cabo la realización de una actividad propia, sin tener que depender de una organización.

c) Estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear mi propia empresa. Representa la disposición y dedicación que tendrá el estudiante para atender las necesidades requeridas para llevar a cabo su proyecto.

d) Estaría dispuesto a invertir mis ahorros para tener mi propia empresa. Considera el riesgo que corre el futuro emprendedor, de tal forma que el mismo tendrá la disposición de realizar un esfuerzo económico bajo tales circunstancias.

Menciona Servulo anzola rojas (2003) para fomentar y desarrollar la actitud emprendedora, se requiere una experiencia verdadera e innovadora, se requiere metas individuales de superación, se necesita de una acción creativa constante caminos seguros y directos hacia el éxito. La verdadera actitud emprendedora gestiona el destino, es la diferencia de ser líder comprometido con los demás, consiente de la problemática social y económica con una clara sensibilidad del medio que lo rodea y con capacidad sin límites para aplicar sus deseos, conocimientos, habilidad, talentos, intereses, aptitudes y actitudes.

2.7 Cultura emprendedora.

Conjunto de valores y cualidades personales que impulsan proyectos e ideas tratando de inyectar un desarrollo positivo a las diversas sociedades. Ser emprendedor es poner en marcha algo jugándose el crédito personal con la intención de gana

La cultura emprendedora presenta una doble faceta. Por un lado, la cultura emprendedora supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas. Por otro lado, también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía. (Martinez , 2009).

Esto da lugar a grandes desajustes y desequilibrios entre unos sectores de la población y otros. La riqueza se concentra cada vez más en “menos manos” (Yunus, 2008), mientras que importantes núcleos de población se ven abocados a la pobreza y a la marginalidad. Justificándose de esta forma el desarrollo de valores, normas, creencias, pautas de conducta, etc., en síntesis, una “nueva cultura” (Cultura emprendedora) que promueva el equilibrio entre un progreso económico sostenible y el desarrollo social y humano (Martinez , 2009).

En este orden de cosas, son tres los aspectos centrales que, desde nuestro punto de vista, justifican la urgencia de promover la cultura emprendedora en nuestra sociedad por medio de la educación social, a saber:

- El primer elemento es de tipo económico, pues observamos que el modelo de crecimiento actual no es constante, duradero y persistente en el tiempo. Ciclos económicos de crecimiento vienen acompañados de épocas de crisis y recesión económica (Schumpeter, 2002).
- Un segundo aspecto es de orden social. Para Boron (2001) existe una estrecha relación entre “pobreza” y “neoliberalismo”; entendido este último, en términos generales, como la política económica que considera negativa, e inclusive

contraproducente, una excesiva intervención del Estado en materia de economía, defendiendo el libre mercado capitalista como garantía para un mayor crecimiento económico. Este sistema no es equitativo, no es justo desde el punto de vista social y humano, al generar grandes desequilibrios entre unas partes de la población y otras (Martinez , 2009).

- Por último, este patrón de crecimiento, basado en la ideología capitalista, no es respetuoso con el medio ambiente. Trabajos como el de Esteban Moratilla (2007) o el de Sotelsek y Ahamdanech (2008), exponen la necesidad de llevar a cabo políticas y acciones concretas para conjugar crecimiento económico y defensa de la naturaleza.

Partiendo de los tres aspectos mencionados proponemos el desarrollo de la “cultura emprendedora” como estrategia encaminada a encontrar un equilibrio entre crecimiento económico, justicia social y respeto a la naturaleza. Parece pertinente que, en un momento de “incertidumbre” económica, de serios problemas medioambientales y ecológicos, y de graves desequilibrios sociales, se fomente la creación de un sistema de valores ético-emprendedores en una línea parecida a la defendida por autores como Cañadilla (2005) y Galindo (2006), para que, por medio de la educación, podamos alcanzar el mencionado equilibrio. (Martinez , 2009).

Desde una perspectiva general el fomento de la cultura emprendedora configura un sendero de aprendizaje basado en el desarrollo de competencias organizado sobre la base de dos trayectorias deferentes: sentido de la iniciativa (transformar ideas en proyectos) y emprendimiento (transformar proyectos en organizaciones).

En primer lugar, el sentido de la iniciativa se fomenta en dos fases diferentes. La primera fase, despertar o sensibilizar, son actividades cuyo principio central es el de “motivar” al estudiantado a pasar a la acción para hacer “cosas” vinculadas a su campo de su interés. Así se realizan actividades con el estudiantado para desarrollar ideas a través de talleres creativos, encuentros, concursos, conferencias, etc. Se trata de motivar y despertar la inquietud en el estudiantado sobre ciertos problemas

vinculados a la vida profesional y las competencias necesarias para su desarrollo. En la segunda fase, el sentido de la iniciativa pasa a un segundo momento más práctico en el que se desarrollan proyectos.

En estas dos fases se motiva al estudiantado a involucrarse en el desarrollo de competencias y se realizan proyectos que permiten desarrollar la creatividad, facilitan el aprendizaje por experiencia y fijan conocimientos adquiridos a partir de la resolución de problemas concretos emergentes de demandas reales

Emprendimiento se fomenta a partir de la creación de organizaciones experimentales a cargo de estudiantes que han participado de fases anteriores de motivación y desarrollo de competencias básicas (Castro, Barrenechea, & Ibarra, 2011).

La cultura emprendedora implica la edificación comportamientos individuales afines a las acciones colectivas que simbolizan la construcción de tareas innovadoras que generen bienes y servicios con un sentido lucrativo o no. La cultura emprendedora presenta una “doble faceta”. Por un lado, la de generar nuevos proyectos con “autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas”. Por otro lado, “también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía” (Gutiérrez, 2006) (Espíritu, Gonzalez , & Alcaraz , Desarrollo de competencias emprendedora: un análisis explicativos con estudiantes universitarios, 2012).

Para el desarrollo de la cultura emprendedora en educación superior, iniciativa de transformar sus ideas en proyectos y emprendimiento transformar proyectos en organizaciones.

2.8 Capacidades y competencias de emprendimiento.

El hecho de desarrollar la capacidad emprendedora como forma de combatir el desempleo es bueno, pero el efecto no es inmediato, ya que puede demorarse una década en ver el resultado (Audretsch y Keilbach, 2005). En este sentido, Angelelli y Prats (2005) explican que el impacto de la actividad emprendedora es positivo sobre el crecimiento y el empleo, siempre que se lo considere en un horizonte de mediano y largo plazo (Isbenberg, 2010) (Krauss, 2011)

Cerca de las capacidades, atributos o características más relevantes que deben poseer los emprendedores, identificamos las siguientes competencias emprendedoras necesarias para ir generando y consolidando una mayor cultura emprendedora entre estos jóvenes:

- Actitud mental positiva: hacer que los sujetos lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades para que puedan desarrollar con éxito su propia empresa.
- Capacidad para sobreponerse al fracaso: incidir sobre la dificultad de llevar a cabo un proyecto empresarial, motivarlos y formarlos para que no abandonen este proyecto ante las primeras dificultades o adversidades y lo sigan intentando.
- Código ético: las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que estos jóvenes han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza.
- Ecologismo: que asuman e integren el compromiso de que todos, incluidas las empresas, deben defender y respetar la naturaleza, desde la responsabilidad social y medioambiental para la sociedad de hoy y, muy especialmente, pensando en las futuras generaciones, por lo que, desde esta perspectiva, es muy importante trabajar la empatía.
- Facilidad para las relaciones sociales: los sujetos deben aprender a relacionarse con facilidad, y con corrección, con otras personas en diferentes situaciones y contextos.

- Gestión del tiempo: han de ser capaces de distribuir correctamente su tiempo en las actividades que llevan a cabo diariamente, para obtener buenos resultados en aquello que hacen.
- Habilidad de conversación: enseñar a los jóvenes a comunicarse con fluidez y hablar correctamente con otras personas en diferentes situaciones o contextos.
- Iniciativa. Actitud proactiva: enseñarles a hacer cosas por sí mismos, a promover iniciativas, a introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores.
- Liderazgo: fomentar su capacidad para dirigir y guiar, desde el respeto a los demás, a los futuros empleados de su negocio o empresa.
- Organización y delegación: incidir sobre su capacidad para coordinar a todos sus empleados y repartir bien las diferentes tareas y funciones de su negocio.
- Planificación: enseñarles a organizar de manera ordenada, coherente y pragmática su empresa o negocio.

Las competencias, “son las capacidades que todos los seres humanos necesitan para resolver, de manera eficaz y autónoma las situaciones de la vida”. Para Bellocchio (2010) las competencias “integran conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se movilizan en un contexto determinado” describe las competencias de la siguiente manera “Involucra la habilidad de enfrentar demandas complejas, apoyándose en y movilizandoo recursos psicosociales (incluyendo destrezas y actitudes) en un contexto en particular” (Espiritu, Gonzalez , & Alcaraz , Desarrollo de competencias emprendedora: un analisis explicativos con estudiantes universitarios, 2012).

El Proyecto Tuning (2003) clasifica las competencias en 3 grandes grupos:

- a) Instrumentales, que son las herramientas para el aprendizaje y la formación tales como: comunicación verbal, tipos de pensamiento, manejo de idiomas, entre otras.
- b) Interpersonales, que son las que permiten mantener una buena relación social con los demás tales como: trabajo en equipo, sentido ético, adaptación al entorno diversidad y multiculturalidad, entre otros.

c) Sistémicas, relacionadas con la visión de conjunto y la capacidad de gestionar adecuadamente la totalidad de la actuación, tales como creatividad, capacidad innovadora, gestión de proyectos, orientación al logro, espíritu emprendedor, entre otras (Espíritu, Gonzalez , & Alcaraz, Desarrollo de competencias emprendedoras, 2012).

2.9 Rol del docente como promotor del emprendimiento y emprendimiento universitario.

El papel de la universidad en el fomento del emprendimiento. El emprendimiento es un tema que se ha venido a los largo del tiempo avanzando y que es algo que se inicia con un proyecto desde el primer momento hasta que después se ve como la intención de poder llevar a cabo una empresa.

Adicionalmente, Walter, Auer y Ritter (2006), consistentes con Steffensen, et al. (2000) y George et al. (2002, p. 599)³ ven que los “University spin-offs” son, en esencia, un mecanismo de transferencia tecnológica de la universidad para la creación de riqueza, en especial producto de la financiación pública. Nicolaou y Birley (2003) aclaran que los spin-off se derivan de proyectos concretos de investigación que auspician las universidades. Llamados algunas veces como university spin-out o academic spin-offs, son nuevos negocios con dos características: son fundadas por académicos que deciden trabajar en el sector privado, al menos medio tiempo, y transfiere la tecnología central de la universidad para su explotación.

En conclusión, los spin-off son nuevas empresas en las que generalmente participa la universidad y sus académicos, en la que invierten no sólo la tecnología desarrollada, sino también dinero en el capital de la empresa y trabajo desde la actividad de los investigadores que dedican parte de su tiempo a la nueva organización (Chavarro & Orozco, 2008).

En tal sentido Etzkowitz (2003) señala que las administraciones públicas, las universidades y los organismos de investigación deben trabajar de forma conjunta para el mejoramiento de la capacidad innovadora dentro de la región o país y con eso poder fomentar el desarrollo de tecnologías y el crecimiento económico. A esta colaboración de la administración pública, universidades y organismos de investigación se le conoce como el tripe Hélice. (Chang Castillo, 2010) .

Según beraza (2010). Señala que el papel de la universidad en el emprendimiento se demuestra por su participación en el desarrollo económico y social mediante publicaciones en revistas científicas, contratos con empresas, y así como concesión de licencias y establecimientos de spin-off.

Además la mejor manera de que los estudiantes se interesen por el emprendimiento es fortalecer su conocimiento acercándose a un entorno emprendedor y desarrollar habilidades para crear una empresa propia. (Krueger y Braezal, 1994: Shapero y Sokol. 1982).

Según Bueno (2007) plantea que si una universidad quiere incluir dentro de su misión el ser emprendedor debe brindar a los alumnos un espacio donde explorar los recursos con los que cuenta, apoyándose en la enseñanza, la investigación y la transferencia del conocimiento científico y tecnológico para crear proyectos innovadores.

Para schulte (2004). Los objetivos de la universidad deben ser proporcionar a la sociedad un graduado con la intención de apoyar, u creador de empleos no un empleado, un creador de fuente innovaciones para la economía y la sociedad para ser el punto de partida para nuevas ideas de negocios, y que cuente con habilidades para hacer frente a la economía cambiante y a los periodos de crecimiento de nuevas empresas.

En la investigación desarrollada por Boh. Et al (2015) se identificaron prácticas que permite potenciar el ecosistema emprendedor dentro de la universidad y la transferencia de tecnología.

- Asesoramiento a nuevos empresarios donde se tienen platicas con expertos de industrias, abogados, clientes, potenciales o posibles inversores, programas de incubadora donde les brindan tutorías, financiamiento, supervisión y administración de sus proyectos.
- Concursos de planes de negocios donde les brindan las especificaciones básicas para realizar un plan de negocio además de publicidad para el equipo ganado.
- Educación de emprendimiento para motivar a los estudiantes, así como transferirle conocimientos que le permitan desarrollar una empresa exitosa, y educación emprendedora para los profesores, donde participaran en talleres o programas educativos, que al final beneficiaran a toda la universidad.

2.10 Rol del docente como promotor del emprendimiento

Este punto puede considerarse como uno de los puntos más importantes dentro de la investigación por la importancia del docente en generar la intención emprendedora a sus estudiantes, el cual servirá como apoyo para la formación del emprendedor. Puede considerarse como:

Formador transmitiendo conocimientos, experiencias sobre el emprendimiento y la capacidad de emprender que el estudiante aplica en su proyecto de vida.

Facilitador: Contribuye a que el estudiante desarrolle su vocación emprendedora y sus competencias empresariales, brindando el apoyo, brindando herramientas y medios para realizar el proyecto lo mejor posible.

Promotor: incentivo al desarrollo de los trabajos, proyectos donde el estudiante aplica y pone a prueba su iniciativa empresarial.

Las características del rol de docente como promotor del emprendedor, es que cuenta con la capacidad de poder generar la confianza, credibilidad, lograr que el estudiante se puede apoyar en él, encontrar esa motivación para llevar a cabo la actividad emprendedora, contar con la iniciativa, innovador y flexible lo que le permitirá sobresalir como docente que impulsa los proyectos y se pueda promover el emprendimiento dentro de la universidad.

Por ello los autores, Espíritu, González, Alcaraz Vera(2012) coinciden en la importancia de la enseñanza emprendedora y el rol de docente, Si la educación es un pilar en ese proceso al que se refieren Baron y Shane (2008), entonces, la escuela debe contribuir a la formación de una educación empresarial o en emprendimiento ya que en la Universidad actual, según Vigorena (2006), se deben generar las nuevas ideas que logren transformar a la sociedad. La educación emprendedora es una opción, ya que ésta se encamina a ofrecer a los estudiantes de cualquier nivel, el desarrollo de competencias, capacidades e instrumentos para que se forme como un actor de desarrollo económico y social, genera jóvenes independientes, innovadores, creativos, emprendedores auto motivados que cuestionen las normas establecidas y satisfagan sus metas personales a través de su propia acción. (Espiritu, Gonzalez , & Alcaraz , Desarrollo de competencias emprendedora: un análisis explicativos con estudiantes universitarios, 2012)

“Es cada vez mayor el consenso que existe en el rol de la Universidad como formadora de emprendedores (Krauss, 2008). Sin embargo, la forma de cómo desde la Universidad se debe impulsar este espíritu, es aún una materia insuficientemente tratada (Martín, Hernangómez y Rodríguez, 2005). Así, la Universidad no debe quedarse pasiva, debe participar de manera activa en el estudio de las problemáticas que aquejan a la sociedad, debe proponer ideas y acciones, intercambiar información, movilizar a la sociedad y debe tener la responsabilidad de favorecer la puesta en marcha de esas acciones” (Espiritu, Gonzalez , & Alcaraz ,

Desarrollo de competencias emprendedora: un análisis explicativos con estudiantes universitarios, 2012)

Fomentar en los estudiantes el desarrollo de las competencias que los faculte para ingresar de manera satisfactoria y competente al entorno laboral o que él mismo sea capaz de crear empleos. Estas competencias se deben integrar a la adquisición del saber, del saber-hacer, y del saber vivir juntos. "Los sistemas educativos deben centrar su actividad en el desarrollo de determinadas cualidades personales y en las llamadas destrezas blandas dirigidas a la integración y a la adaptabilidad al cambio" (Álvarez y Moreno, 2002). Por lo tanto, con base en estrategias y técnicas novedosas de enseñanza se contará con mejores escenarios que los actuales para desarrollar las competencias emprendedoras de los estudiantes, promovidos desde sus profesores para lograr una cultura emprendedora (Espiritu, Gonzalez , & Alcaraz, Desarrollo de competencias emprendedoras, 2012).

2.11 Intención Emprendedora.

La intención emprendedora es considerada como un proceso en que se pueda realizar una acción, la investigación sobre el comportamiento menciona que la intención es la capacidad de mayor explicación que otros factores, como puede ser el carácter psicológico. (Bird, 1987).

La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Krueger, 1993). La investigación en este campo afirma que las intenciones son un predictor fundamental del comportamiento planeado (Baggozi et al., 1989; Kolvereid, 1996; Liñan, 2004). Por consiguiente, la intención emprendedora es un fenómeno importante de estudio. En primer lugar y desde la mirada individual, con el fin de convertirse en fundadores de empresa, las personas deben convertirse primero en

individuos emprendedores. Por lo tanto, el proceso que subyace a la aparición de la intención emprendedora y el comportamiento, es de suma importancia. Y en segundo lugar, desde lo económico, el informe de investigación Global Entrepreneurship Monitor (GEM) establece una correlación existente entre la tasa de crecimiento económico y el nivel y tipo de actividad emprendedora. En este sentido, el nivel de intención emprendedora refleja el potencial entorno económico de una región.

2.12 Factores que inciden en el emprendimiento.

La intención de crear una nueva empresa se ha convertido en el tema de mucha importancia para estudiar. Las variables cognitivas son importantes para la comprensión de dicha decisión. Baron (2004) argumenta que es impresionante el éxito del enfoque cognitivo usado en otros campos como la educación y la psicología por lo tanto existen motivos para pensar que puede dar buenos resultados aplicados a la intención de creación de empresas.

La decisión de convertirse en empresario puede ser considerado como una conducta voluntaria y consciente (Krueger et al 2000). Asimismo Ajzen (1991) considera la intención como el mejor predictor del comportamiento.

Antes de tomar cualquier decisión, el emprendedor debe explorar el ecosistema donde pretende desarrollar su proyecto, es por ello que autores estudian los factores que influyen para lograr el emprendimiento, debe analizar y conocer los instrumentos disponibles, el proceso de creación de una empresa, la oportunidad de negocios y por último los recursos necesarios para ofrecer sus productos o servicios que satisfagan la necesidad de sus clientes.

Para el emprendimiento hace referencia a la sostenibilidad como uno de los factores claves para el crecimiento económico y la competitividad que van dentro de lo que es el ecosistema de emprendimiento.

Factores externos En este sentido, se adopta la postura de Isenberg (2010), quién plantea que un ecosistema de emprendimiento está compuesto por las siguientes dimensiones: Políticas, Finanzas, Cultura, Servicios, Capital Humano y Mercados (Isenberg, 2010:3). (Gutierrez , Walter , Sepulveda, & Ines , 2016).

Factores internos. Los factores internos tienen relación con las características propias de la empresa y pueden ser determinantes para su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado, como tamaño, crecimiento, nivel de endeudamiento, entre otros (Gutierrez , Walter , Sepulveda, & Ines , 2016).

2.13 Teorías y modelos de la creación de empresas.

En este sentido como ya se menciona cantillon en 1775 fue el primero en utilizar el término de emprendimiento visto como un enfoque económico. Después schumpeter sigue por la misma línea destacándolo como una persona innovadora.

Es ahí donde nace la inquietud e importancia de estudiar al emprendedor como un factor de desarrollo económico y el estudio de la creación de empresas pequeñas y medianas con aportes de diferentes autores formando así cuatro enfoques destacados que buscan el fenómeno de explicar la creación de empresas.

Siguiendo los planteamientos de Veciana (1999:16), y dentro del área de investigación de Creación de Empresas y Función Empresarial, podemos encajar a la Teoría Institucional dentro del enfoque sociocultural o institucional, como nos muestra la Tabla. X (Díaz, Urbano, & Hernández, 2005)

Tabla 6 Teoría de creación de empresas

Teoría económicas		Teoría del empresario-riesgo
Teoría psicológicas		Teoría del desarrollo económico de schumpeter Teoría de los rasgos de personalidad. Teoría del empresario de kirzner

Teoría socioculturales		teoría de rol teoría de la incubadora Teoría de redes.
Teoría gerenciales		Teoría del comportamiento planeado Teoría institucional

Fuente: Veciana, J.M. (1999:16).

Para knight (1921). Establece su famosa distinción entre “riesgo” e “incertidumbre”. Para él, el “riesgo” es la aleatoriedad con probabilidades conocidas¹¹ que a la vez se pueden asegurar, en tanto que la “incertidumbre” la define como la aleatoriedad con probabilidades desconocidas que no se pueden asegurar. Consecuentemente, Knight introduce la noción de juicio para los negocios para interrelacionar los beneficios y la empresa con la existencia de la incertidumbre. Sostiene que “una incertidumbre mensurable, o riesgo propio, tal como emplearemos este término, es tan diferente de una inmedible que, en efecto, no es de ningún modo incertidumbre. Es decir que pueden llegar a obtener buenos resultados y alcanzar sus objetivos u tengan pérdidas.

Para 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 brindaran mejores resultados y como principal característica del empresario 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).

La teoría del rol intenta explicar por qué en determinadas zonas geográficas abunda el tejido empresarial frente a otras que escasea, destacando que el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas es la existencia de hechos que lo

corroboran. El entorno en el que predomina la abundancia de un sector industrial o bien la existencia de modelos emprendedores a seguir, produce un efecto de arrastre que estimula la aparición de más empresarios (Nueno, 1996). (Galve G & Alonso Nuez, 2008).

Kirzner considera que “la relación entre la consecución del beneficio y alguna habilidad empresarial se explica porque individuos difieren en su habilidad para advertir las oportunidades empresariales” (Kirzner, 1979:179). Para este autor el empresario se encuentra en un continuo estado de alerta (alertness) o de perspicacia, en relación con la búsqueda de oportunidades. Sin embargo, Kirzner no continúa su análisis intentando explicar en qué se diferencian esos individuos capaces de apreciar las oportunidades que brinda el mercado. (Galve G & Alonso Nuez, 2008).

La necesidad de crear y de desarrollar empresas ha animado a los gobiernos locales y regionales, universidades, cámaras de comercio, empresas privadas e incluso a organizaciones no gubernamentales, al establecimiento y desarrollo de programas de incubadoras (OCDE, 1999). Las incubadoras tienen como objetivo la asistencia a futuros empresarios en el arranque de sus empresas, proporcionándoles infraestructuras básicas, recursos y diferentes tipos de servicios e información para su puesta en marcha. Las nuevas empresas que surgen de estas incubadoras¹ reciben el nombre de spin-off.

La teoría de redes plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa.

Además Ajzen (1991). Propone la teoría del comportamiento planeado, el cual es utilizado para estudiar las intenciones emprendedoras, porque cuenta con tres aspectos determinantes que ayudan a explicar cada detalle del individuo.

- 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.
- 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.

Para finalizar la teoría institucional es actualmente el más utilizado ya que es el más apropiado y consistente en marco conceptual para la influencia de los factores del entorno en el espíritu emprendedor. En este contexto, North (1990) proporciona un marco teórico muy adecuado para el análisis de la creación de empresas a través de su teoría económica institucional, destacando la importancia que las instituciones tienen en este proceso.

2.14 modelos para la comprensión la intención emprendedora.

Uno de los modelos que es propuesto por Shapero y sokol (1982). El cual llamaron *Entrepreneurial event model (EMM)* el cual resalta varios factores como las expericnas, capacidades, autonomía y riesgo. La elección para la creación de una empresa depende de tres elementos. La percepción de deseabilidad, la percepción de viabilidad y propensión a actuar.

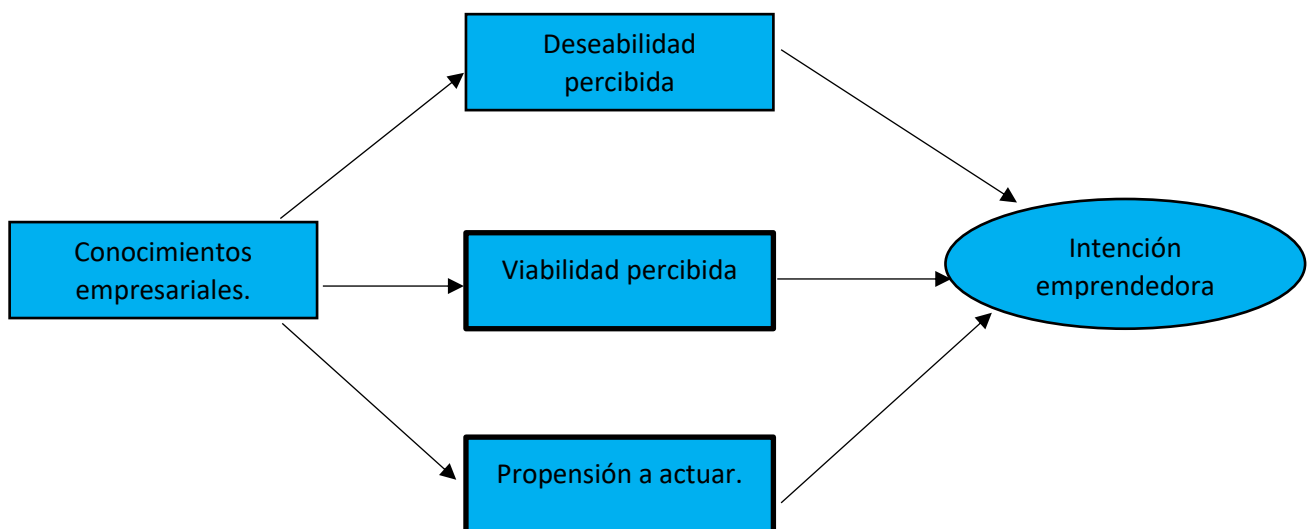


Figura 3 2 EEM

Fuente: Elaboración en base a shapero y Sokol (1982).

Después apareció el modelo de azjen (1991) el cual dio lugar a la teoría del comportamiento planeado. La cual es ampliamente usada para explicar y predecir el comportamiento humano. Donde para que se produzca el comportamiento primeramente deben existir creencias y actitudes que determinen la intención del individuo.

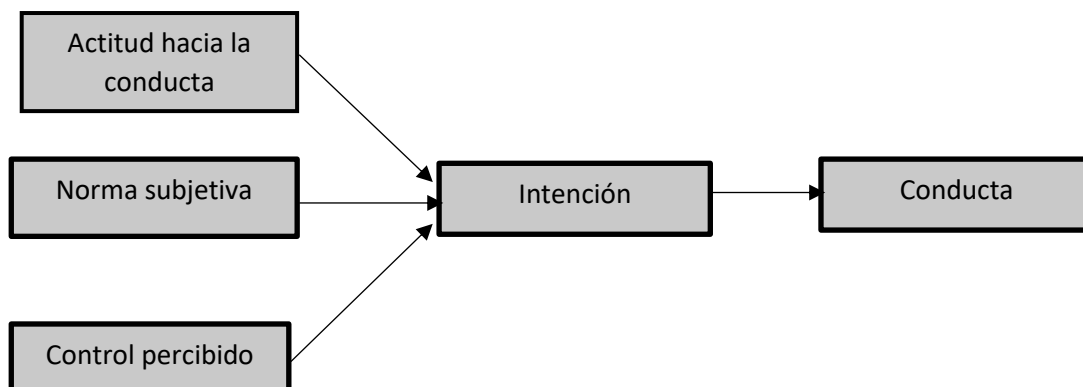


Figura 4 Modelo Azjen.
Fuente; Elaboración en base a Ajzen (1991).

Krueger y brazeal (1994) elaboraron un modelo de intención emprendedora al que llamaron *Entrepreneurship potencial model EPM*. Basado en los modelos Shamperos y Ajen. Se obtiene un grado de “credibilidad” sobre la posibilidad, que aporta una mayor motivación al emprendedor para afrontar el posible arranque. Las intenciones peor formadas tendrán una mayor probabilidad de cambiar en un futuro que las mejor formadas. Estos autores, basándose en el concepto de jerarquía de objetivos de Lawson (1997) El modelo explican que una persona puede percibir una oportunidad de un proyecto.

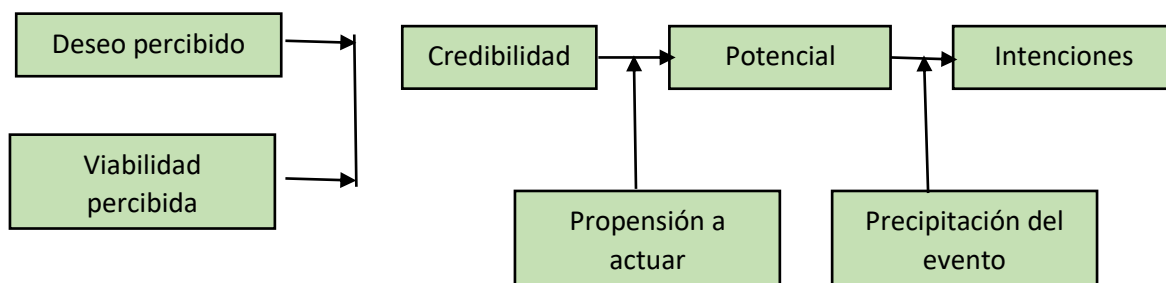


Figura 5 Modelo EPM
Fuente: Elaboración en base a Krueger y Brazeal (1994)

Todas las teóricas mencionadas y modelos se han venido utilizado en diferentes investigaciones o estudiar para explicar la creación de empresas desde los distintos enfoques.

Las oportunidades están fuertemente influidas por los desarrollos tecnológicos y las regulaciones del gobierno, debido a que ambas están vinculadas con las posibilidades de hacer y de relacionarse de los distintos agentes. Las nuevas tecnologías, duras y blandas, permiten la adopción de distintas estrategias de producción, organización y vinculación entre agentes que, en el contexto de la normativa vigente en una localidad, generan nuevas oportunidades de mercado. Por lo tanto, la demanda de emprendedores en una localidad es determinada por una combinación de factores (grado de desarrollo económico, su inserción global y las características de su desarrollo tecnológico), actuando bajo un determinado contexto regulatorio. (Graña & de Rearte).

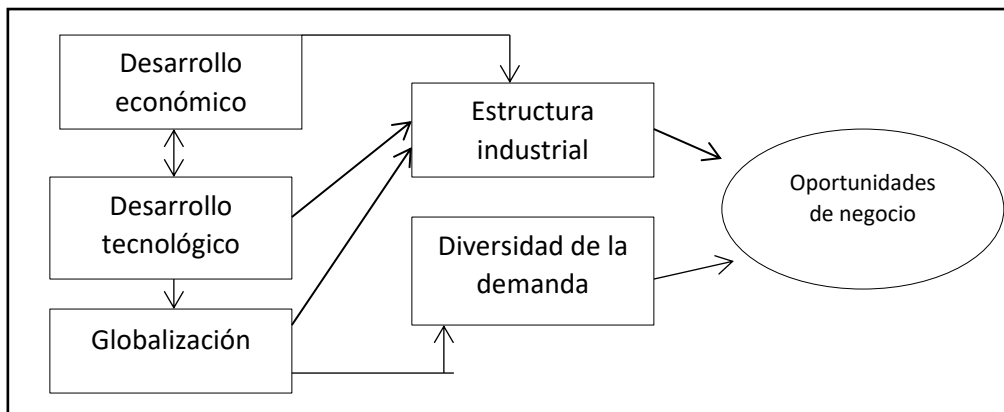


Figura 6 Determinantes en la demanda de nuevas empresas

Fuente: verheul et al (2001).

Con respecto hacia el modelo de emprendimiento nos dice esto La educación tradicional en emprendimiento centra su esfuerzo en estos dos últimos aspectos. Por un lado, da herramientas y habilidades a los estudiantes para identificar mercados, oportunidades y recursos; por otra, enseña la gestión de las nuevas

empresas. Pero no hay una formación adecuada sobre los aspectos próximos y distantes que influyen en los pensamientos, expectativas y creencias del individuo. Esto se evidencia en la evaluación de la educación de emprendimiento a nivel mundial realizada por Interman, unap e ilo: “Los programas de desarrollo del emprendimiento son una colección de enseñanzas de carácter oficial que informa, capacita y educa a cualquier interesado en participar en el desarrollo socioeconómico a través de un proyecto que promueva (1) conocimiento del espíritu emprendedor, (2) la creación de empresas, (3) desarrollo de pequeñas empresas o (4) la formación de formadores (Osorio Tinoco & Pereira Laverde , 2011).

La comunidad de las naciones europeas recomienda como una forma de producir más emprendedores, el tenerlos expuestos a modelos a imitar. Dentro de los tres pilares que recomiendan, uno de ellos es tener una sociedad que valore el emprendimiento, y dentro de este, una de las recomendaciones es promover los modelos a imitar.

Krueger (1993; mencionado en Davidson 2005) encontró una relación positiva entre la atractividad percibida del modelo a seguir con la atractividad de crear una empresa. El Dr Veciana (2002), comenta que estos ejemplos son más verosímiles y eficaces como estímulo a la creación de empresas cuanto más cercanos estén a la persona que piensa convertirse en empresario (Bolaños, 2006).

Igualmente existen estudios en los que se menciona que los emprendedores tienen un modelo a seguir (Matthews and Moser 1996; Cooper and Dunkleberg 1987) Esta influencia puede ser para que consideren crear una empresa o ser auto empleados.

Área de oportunidad para estimular el emprendimiento el tener modelos a imitar, igualmente, identifica que “no hay muchos modelos a imitar, además de que aquellos que son exitosos, son diagonalmente opuestos a los estudiantes graduados: no educados, no entrenados, sin soporte y raros: son antagonistas al sistema educativo o al gobierno, soportan y presumen estar graduados de la ‘Universidad de la vida’” (Bolaños, 2006).

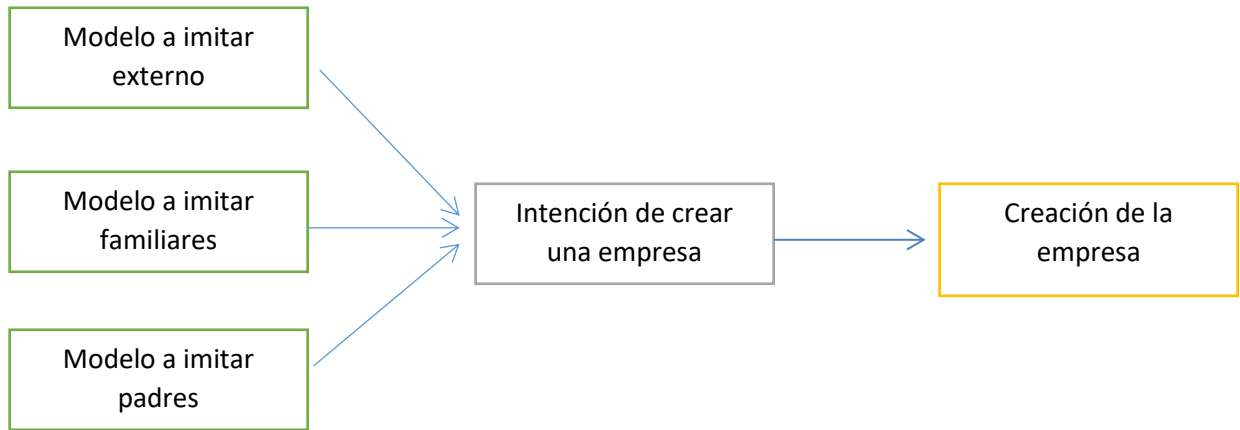


Figura 7 . Modelo a imitar y su impacto en la creación de una empresa (Bolaños, 2006).

Modelo de intención emprendedora (MIE)

Los modelos considerados no tienen en cuenta la actitud frente al riesgo como un elemento que incide en la intención emprendedora. Por dicha razón, Segal et al. (2005) proponen una modificación al modelo de la TCP, al que denominan Modelo de Intención Emprendedora (MIE), en el que se sustituye el factor de las normas subjetivas por el de tolerancia al riesgo (Valencia , Cadavid , Rios, & Awad , 2012). Por medio de un análisis exploratorio de datos basado en variables categóricas se identificaron dentro de la muestra cuatro criterios para elaboración de las tipologías: (1) planes futuros, (2) tiempo de permanencia en la universidad, (3) formación en el tema y (4) tipo de programa de estudios. (Valencia , Cadavid , Rios, & Awad , 2012).

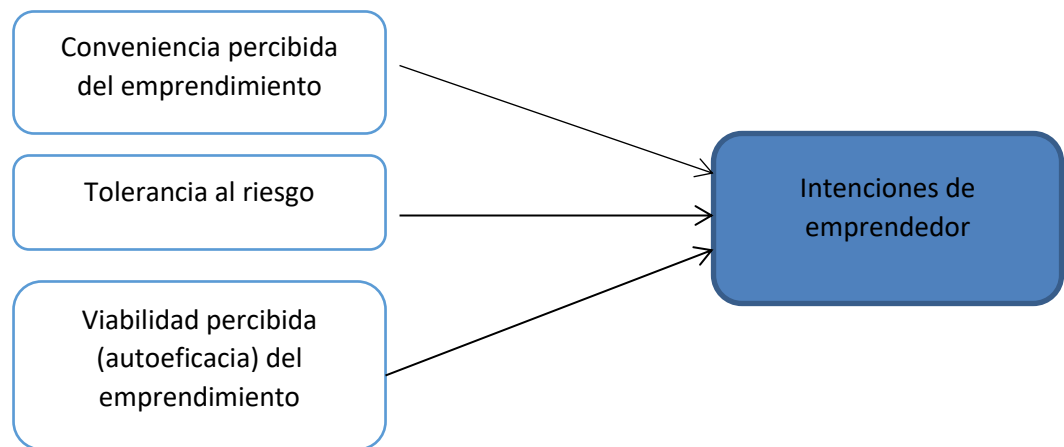


Figura 8 Intención Del Emprendedor
Fuente: Segal et at. (2005)

Se analiza Este siguiente modelo de emprendimiento por las instituciones públicas fomentan una actitud emprendedora en sus estudiantes para llevar con la visión de crear su empresa, por tal motivo se relación a las siguientes investigaciones que es de suma importancia la actitud emprendedora en sus alumnos.

Actualmente se vive una preocupación importante por las diversas instituciones y agentes sociales implicados en los procesos de creación de empresas y por las propias Universidades, que se plasman en programas de promoción a la creación de empresas a todos los niveles.

Los autores Espiritu Sastre (2007) analizan la actitud emprendedora durante la vida academica de los estudiantes universitarios y deciden realizar un modelo de actitud emprendedora tomando en cuenta dos variables importantes que las clasificaron de esta forma a) características sociodemográficas que incluye, edad, sexo, ámbito de desarrollo, antecedentes familiares empresarios, experiencia previa. B) Rasgos Psicológicos que dentro de ello implicaba necesidad de logro, control interno, importancia a la ambigüedad, propensión al riesgo. (La actitud emprendedora durante la vida academica de los estudiantes universitarios, 2007)

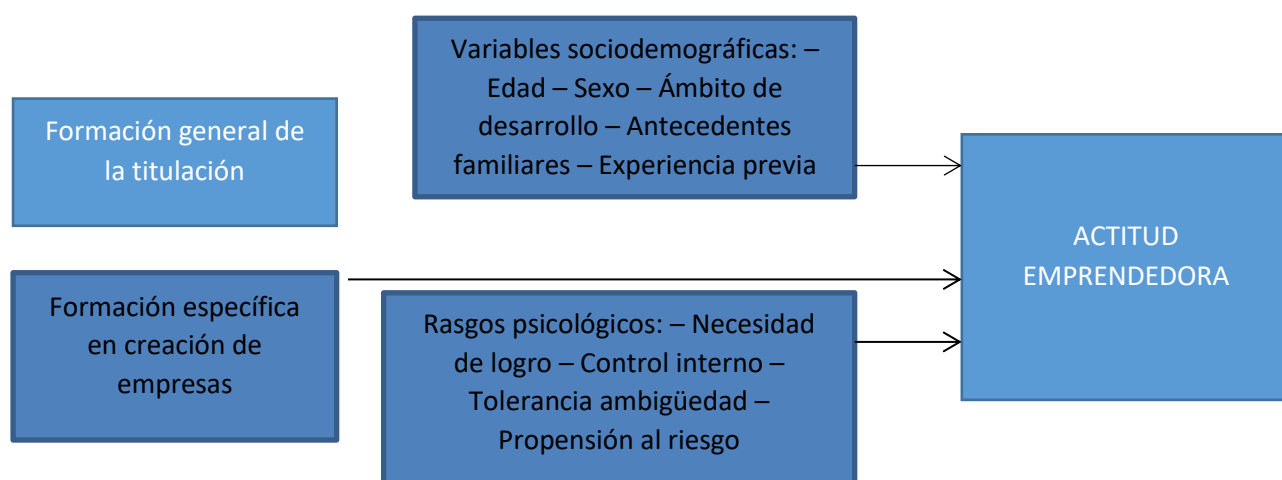


Figura 9 Actitud Emprendedora
Fuente: (Espiritu & Sastre , 2007).

En el ámbito de la Universidad podemos encontrar personas con enorme potencial para emprender, que por su alta capacitación sus empresas podrían tener mayor probabilidad de supervivencia, especialmente si el objeto de sus actividades requiere conocimientos especializados y de alto nivel. Sin embargo, aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban. (Espiritu & Sastre , 2007).

En el ámbito de la Universidad podemos encontrar personas con enorme potencial para emprender, que por su alta capacitación sus empresas podrían tener mayor probabilidad de supervivencia, especialmente si el objeto de sus actividades requiere conocimientos especializados y de alto nivel. Sin embargo, aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula (Espiritu & Sastre , 2007) universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban.

Hacia un modelo de educación para el emprendimiento. La educación tradicional en emprendimiento centra su esfuerzo en estos dos últimos aspectos. Por un lado, da herramientas y habilidades a los estudiantes para identificar mercados, oportunidades y recursos; por otra, enseña la gestión de las nuevas empresas. Pero no hay una formación adecuada sobre los aspectos próximos y distantes que influyen en los pensamientos, expectativas y creencias del individuo. Esto se evidencia en la evaluación de la educación de emprendimiento (Oosorio & Pereira , 2011).

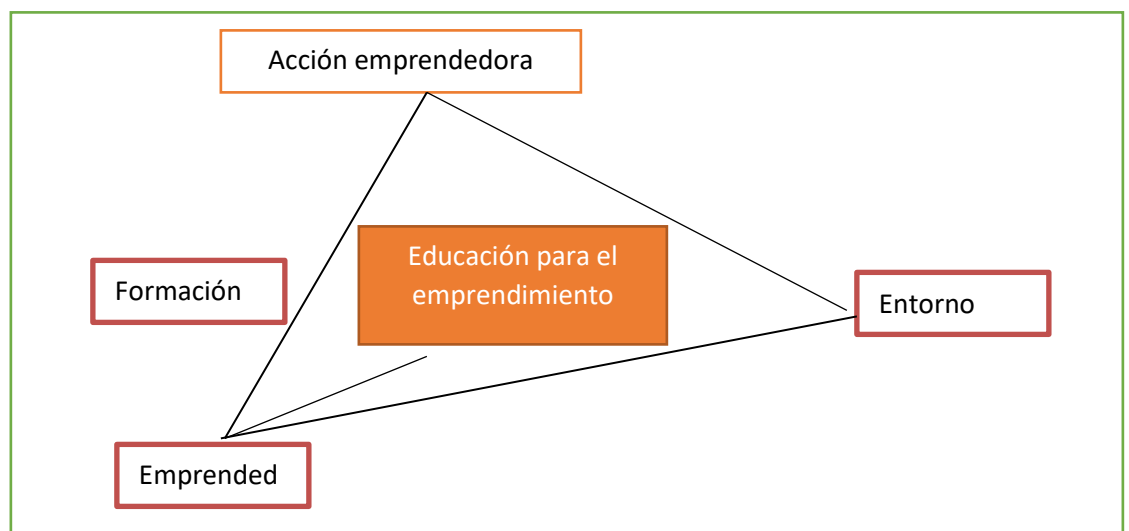


Figura 10 Educación para el Emprendimiento

Fuente: (Osorio Tinoco & Pereira Laverde , 2011).

La cara triangular de la derecha conecta la acción emprendedora con la formación y el entorno. Esta interacción es sumamente importante. La formación es un proceso de transformación permanente de la acción emprendedora y de valoración de las perspectivas del entorno y de los límites de la acción emprendedora, es un saber reflexivo que da conocimiento de lo esencial, de lo importante, y orienta y contribuye a construir el entorno (Osorio Tinoco & Pereira Laverde , 2011).

En este sentido para analizar mejor la intención se necesitan los modelos para que permitan explicar por qué realmente de la decisión y actuar de los individuos, estos modelos deben de incluir guiones, esquemas para saber el modo de operar de los emprendedores. (Lord y Maher, 1990). En base a esto se eligieron los principales modelos y teorías que ayudaran a comprender mejor la intención emprendedora.

- Teoría del comportamiento planeado.

Autores Valencia, Cadavid, Rios, Awad coinciden con (Ajzen, 1991). La TCP plantea que, cuando la conducta es racional, el mejor predictor de la acción es la intención, y que la intención depende de tres factores: (1) la actitud hacia la conducta, (2) las normas subjetivas y (3) el control percibido sobre la conducta (Ajzen, 1991). El Diagrama 1 presenta el modelo de Ajzen (1991), que sintetiza la TCP. (Valencia , Cadavid , Rios, & Awad , 2012).

Este apartado muestra cómo fue realizado dicha teoría por Ajzen (1991). Ya que se encontraba muy limitada, esta teoría se encuentra representada por la siguiente figura.

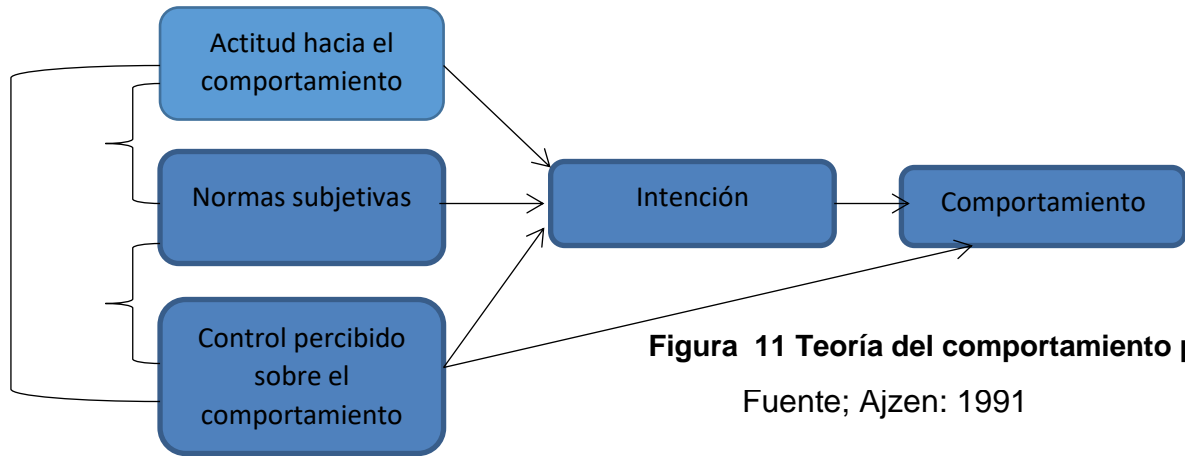


Figura 11 Teoría del comportamiento planeado.

Fuente; Ajzen: 1991

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.

Como se puede ver en la figura 11 de acuerdo con la teoría del comportamiento planeado la intención emprendedora indica el esfuerzo que la persona hará para llevar a cabo dicho comportamiento empresarial. Y así la teoría postula tres factores que influyen en el comportamiento. (Ajzen 1991: Liñan, 2004).

La primera es la actitud hacia la puesta en marcha, se refiere al grado que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable o cierta valoración acerca de alguna conducta. Esto puede ser no solo tanto que le agrada o ser emprendedor sino también evalúa las ventajas y desventajas como el costo o el tiempo que se necesita para establecer una empresa.

El segundo factor es la norma subjetiva se refiere a la presión social que es percibida por la persona al realizar distintas actividades, lo cual influirá su conducta hacia dicha actividad. O simplemente si la realiza o no. Es decir que evalúa el entorno familiar, amigos y compañeros o la sociedad que aprueben o decidan en convertirse empresario.

El tercer es el grado de control del comportamiento percibido, se refiere a la facilidad o dificultad de realizar una conducta donde se ve reflejada la experiencia pasada, así como los impedimentos y obstáculos (Ajzen, 1991), cuando un estudiante siente que cumple con ciertas características y capacidades para emprender y además percibe que puede controlar el comportamiento dirigida a todos sus esfuerzos a la creación de su empresa. (Ajzen, 2002; Liñan y Chen, 2009).

- **Teoría del aprendizaje y autoeficacia.**

Según Bandura (1977) en su teoría del aprendizaje social un cambio en el comportamiento puede ser producido por la interacción de influencias interpersonales comportamiento de los individuos o las fuerzas del entorno. A partir de ahí surgió el término de autoeficacia donde dependiendo de los factores antes mencionados el individuo es capaz de realizar con éxito un comportamiento ante cierta situación, además todo esto depende de la cantidad de esfuerzo y tiempo que utilizara el individuo para vencer los obstáculos y alcanzar el éxito.

De igual forma al contar con alta eficacia percibida aumenta el cumplimiento objetivo. Reduce el estrés disminuye y la vulnerabilidad a la depresión (Bandura

1995). Lo cual contribuye a mayor motivación que influye positivamente en la forma de pensar y actuar y vivir la vida de las personas.

- **Modelo sobre el evento emprendedor.**

Shapero (1975) fue el primero en proponer un modelo de intención específico sobre el estudio de la conducta emprendedora. El cual llamo el modelo sobre el evento emprendedor. Este modelo mide la intención de crear una empresa o trabajar por su propia cuenta y se deriva del atractivo, deseabilidad y viabilidad percibidos y de la propensión a actuar cuando se detectan oportunidades.

Este modelo asume que la inercia guía la conducta humana hasta que existe un suceso que produce el cambio, donde el individuo buscara la mejor oportunidad disponible para cambiar su conducta dentro de todas las alternativas probables. Este suceso puede ser tanto positivo como negativo. (Brito, cruz y Hernández 2014). La elección de la conducta más apropiada dependerá de la propensión a actuar y la credibilidad por lo tanto aunque la persona tenga un potencial emprendedor, necesita cambie la trayectoria de su vida para decidirse a crear su propia empresa (Shapero y sokol, 1982).

Así como nuestra variable dependiente será la intención emprendedora la cual será definida como el grado de confianza que demuestra una persona ante llevar el emprendimiento. (Engle, Schalaegel y Dimitradi, 2001) Con base a estas teorías Liñan y Chen (2009) desarrollaron los siguientes aspectos de propensión hacia la creación de empresas.

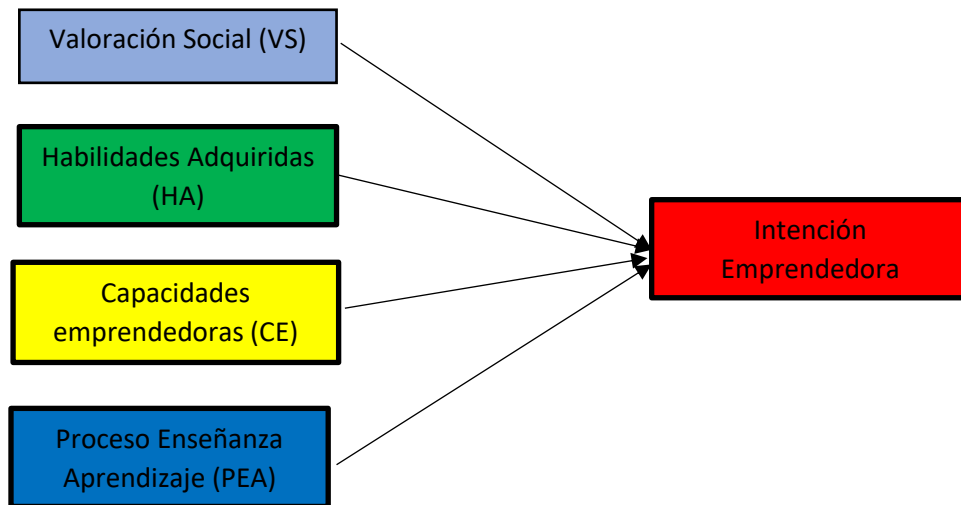


Figura 12 Modelo de intención Emprendedora

Fuente: Liñan y chen (2009).

✓ **Valoración social.**

La persona percibe la aprobación o desaprobación del entorno para poder realizar una actividad emprendedora, las cuales pueden venir del entorno cercano como lo son familiares y amigos, o del ambiente social, ya sea por la institución en que estudia o la cultura del país en este sentido se analiza la teoría del comportamiento planeado donde el individuo percibe normas y valores que lo hacen comportarse de cierta manera por la presión social.

Entonces Hofstede et al (2004) Considera en que la influencia de la cultura ejercida. La primera si el país cuenta con individuos con valores y rasgos empresariales esto motivara a que más personas se conviertan en empresarios. La segunda donde si existe aprobación moral dentro del país esto se reflejara con mayores practicas emprendedoras (Liñan et al., 2013).

Se puede decir que la valoración social son los valores que tiene la sociedad lo cual le permite fomentar ciertas actitudes, rasgos, capacidad y formas de comportarse (Liñan Battistelli y león, 2008). Atendiendo a la teoría del comportamiento planeado,

la valoración social determinara la norma subjetiva asi como el control del comportamiento percibido. Asimismo la valoración social cercana que es creada por los amigos, familia y compañeros, el cual determinara la actitud hacia el emprendimiento. Por tal sentido se propone la siguiente hipótesis.

H1. La valoración social del emprendedor influye positivamente en la intención emprendedora.

✓ **Habilidades Adquiridas.**

Se analiza el grado de confianza que cree tener el individuo para desarrollar una serie de habilidad o capacidades Lucas et al. (2009). Encontraron que los universitarios demuestran mayor autoeficacia emprendedora cuando se encuentran suscritos en cursos de emprendimiento y reciben retroalimentación sobre su desempeño, también es importante el aprendizaje fuera del aula, en el hogar y su entorno social.

Los individuos cuentan con una percepción acerca de las habilidades que poseen en esta caso habilidades empresariales tales como, creatividad y resolución de problemas, dependiendo del grado de confianza les será más fácil ser emprendedor Liñan et al (2013). Además se esperaría que las habilidades emprendedoras tuvieran un efecto positivo en la autoeficacia, en las normas sociales y actitudes hacia el emprendimiento. (Liñan et al 2008). Por tal motivo la siguiente hipótesis.

H2. Las habilidades adquiridas o la educación universitaria influyen positivamente en la creación de empresas.

✓ **Capacidades emprendedoras.**

El contar con contactos empresariales resulta importante al momento de llevar a cabo el emprendimiento así como el desarrollo profesional (Guerrero y Urbano 2007). Por la exposición previa del individuo a la creación de alguna empresa o estar

cerca de familiares o amigos con algún emprendimiento lo ayudara al contar con bases o simplemente poder asumir el riesgo de intentar realizar un empresa.

Dentro de la literatura se considera relevante el conocimiento del entorno empresarial con organismos de apoyo y las fuentes de financiamiento (Liñan et al 2013). Por tal motivo se propone la siguiente hipótesis.

H3. EL conocimiento empresarial influye positivamente en la intención emprendedora.

✓ **Proceso enseñanza aprendizaje.**

Si la educación es un pilar en ese proceso al que se refieren Baron y Shane (2008), entonces, la escuela debe contribuir a la formación de una educación empresarial o en emprendimiento ya que en la universidad actual, según Vigorena (2006), se deben generar las nuevas ideas que logren transformar a la sociedad. La educación emprendedora es una opción, ya que ésta se encamina a ofrecer a los estudiantes de cualquier nivel, el desarrollo de competencias, capacidades e instrumentos para que se forme como un actor de desarrollo económico y social, genera jóvenes independientes, innovadores, creativos, emprendedores auto motivados que cuestionen las normas establecidas y satisfagan sus metas personales a través de su propia acción. (Gonzalez , alcaraz vera , & Espiritu, 2012)

Sugiere extender la base de acción tradicional de las universidades y fomentar en los estudiantes el desarrollo de las competencias que los faculte para ingresar de manera satisfactoria y competente al entorno laboral o que él mismo sea capaz de crear empleos. Estas competencias se deben integrar a la adquisición del saber, del saber-hacer, y del saber vivir juntos. "Los sistemas educativos deben centrar su actividad en el desarrollo de determinadas cualidades personales y en las llamadas destrezas blandas dirigidas a la integración y a la adaptabilidad al cambio" (Álvarez y Moreno, 2002). Por lo tanto, con base en estrategias y técnicas novedosas de enseñanza se contará con mejores escenarios que los actuales para desarrollar las

competencias emprendedoras de los estudiantes, promovidos desde sus profesores para lograr una cultura emprendedora (Gonzalez , Alcaraz Vera , & Espiritu, 2012)

H4. El docente en su práctica proceso enseñanza influye positivamente en la intención emprendedora.

2.14 Organismos que apoyan al emprendimiento.

A continuación se muestra las instituciones y dependencias gubernamentales que motivan en la intención de emprendimiento a jóvenes universitarias brindándoles las herramientas necesarias para poder realizar a cabo su idea de negocio.

- ✓ El Instituto Nacional del Emprendedor es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objetivo instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micros, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados generales e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial. (Instituto Nacional del Emprendedor , 2015).

Como organismo público especializado de vanguardia, fomentará e impulsará la cultura emprendedora, apoyará la creación y consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas, facilitará que más empresas crezcan de micro a pequeñas empresas y de medianas a grandes y potenciar su inserción exitosa y competitiva en los mercados internacionales, sobre todo acercará los esquemas de financiamiento a la actividad productiva para que verdaderamente llegue a quienes lo requieran. (Instituto Nacional del Emprendedor , 2015).

Dentro de las cuales crean programas para promover el emprendimiento creando rubros de apoyos para que los jóvenes puedan llevar un curso en la plataforma del INADEM y de esta manera poder obtener un certificado de aceptación y poder obtener un apoyo para poder emprender.

De igual manera tenemos el diferentes programas de manera estatal que apoyan el emprendimiento se hace mención para que el lector pueda conocer un poco más de las diferentes dependencias y organismos que impulsan el desarrollo de emprendimiento.

En la Secretaría de Desarrollo económico identificamos 4 etapas en la evolución natural de las empresas y diseñamos programas específicos para cada etapa y así brindar a las Mipymes el apoyo exacto para cada etapa y así brindar a las Mipymes el impulso para pasar al siguiente nivel. Es dependencia del gobierno estatal promueve el emprendimiento de manera cumplir el proceso. (Secretaria de desarrollo economico , 2014).

Inicia. En esta etapa el negocio es solo una idea o un negocio sin formalizar, por lo que te orientamos en los trámites de apertura, mentoría, acompañamiento y capital semilla para que la idea se materialice. (Secretaria de desarrollo economico , 2014)

Consolida. Una vez que el negocio abre sus puertas, inicia su lucha por la supervivencia en el mercado. Las empresas tienen una estructura predominantemente familiar y su enfoque es nivelar costos y ventas para su punto de equilibrio (Secretaria de desarrollo economico , 2014).

Crece. Las empresas en esta etapa ya alcanzaron una estabilidad financiera y organizacional, por lo que sus actividades se concentran en incrementar su participación en el mercado actual o incursionar en nuevos mercados (Secretaria de desarrollo economico , 2014)

Su ubicación es Ensenada Baja California, con la Lic. Laura Saray Castillo, Coordinadora del dentro de desarrollo emprendedor. Carretera transpeninsular # 6500 Tel: (646) 172-3036/37 Ext. 3262

- ✓ Incubadora de Negocios Cimarrones Emprendedores de la Universidad Autónoma de Baja California.

Es un Programa de Incubación de Negocios que promueve el Emprendimiento y además brinda Asesoría, Capacitación a los emprendedores de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de nueva creación; con la finalidad de brindarles las herramientas necesarias para la generación de empresas competitivas (Universidad Autónoma de Baja California , 2016).

Las asesorías consisten en Programa de desarrollo del modelo de negocio, resumen ejecutivo, proyección financiera y plan de puesta en marcha.

Capacitaciones empresariales. (Mercadotecnia, fiscal, legal, innovación y creatividad, administración etc.)

Asesoría y vinculación a financiamiento (gobierno federal, estatal, bancos y financieras).

- ✓ Comisión de jóvenes Asegurar que la comisión de empresarios jóvenes, se fortalezca a través de la capacitación, asesoría y desarrollo de programas y proyectos para solventar las bases de sus empresas. Con el fin de ser el organismo referente en los jóvenes emprendedores del presente (Romero , 2015).

Fomentar en los miembros de la comisión de Empresarios Jóvenes a los principios y valores de la Coparmex a través del curso de inducción que se imparte año con año en el seminario de Liderazgo.

Fortalecer a las comisiones de empresarios jóvenes incrementando el número de participantes. Al mismo tiempo difundir las actividades generadas por la comisión entre los miembros de la CEJ Y la comunidad COPARMEX. (Romero , 2015)

Difundir entre los jóvenes estudiantes y egresados de las universidades, la importancia de emprender y motivar a la creación de nuevas empresas para el desarrollo del país (Romero , 2015).

III Metodología

En el siguiente capítulo se describe el tipo de investigación. En este se presenta el método de la investigación el cual se optó por aplicar Ecuaciones estructurales, de esta manera se explica en que consiste, anexando los métodos estadísticos, las fases para el desarrollo del modelo, presentación del modelo, las técnicas de investigación, el instrumento de investigación; la población y muestra, así como se obtuvo la muestra y la recopilación de la información.

El modelo estructural planteado para conocer las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios del campus San Quintín del Municipio de Ensenada, Baja California, México.

3.1 métodos estadísticos de ecuaciones estructurales.

En su publicación Espejel (2015), presenta que el origen de los modelos de las ecuaciones estructurales, hoy llamados SEM fue en 1970, por le econometría Goldberger (Golberger y ducan, 1973). Se dio por primera vez la misma importancia a la teorica que considera la relación entre indicadores y constructos que a la que se interesa en la relaciones de los constructos entre sí (Batista y coenders, 2000), en las siguientes décadas otros autores han venido perfeccionado.

El análisis de trayectorias y el de análisis de regresión son componentes del modelo estructural de las relaciones causales entre las variables manifestadas, mientras que el análisis factorial exploratorio y en análisis confirmatorio son ejemplos concretos del modelo de medición el cual busca establecer relaciones entre un constructo o variable latente y sus indicadores (Bazán et al. 2006).

El modelo estructural es aquel componente del modelo general que describe las relaciones causales entre las variables latentes. Las relaciones entre las variables observadas se incluyen cuando estas variables no actúan como indicadores de las variables latentes (Hair, 2007).

Las ecuaciones estructurales lineales representan las relaciones estructurales representando la línea de causalidad entre las variables latentes, endógenas. Hay tantas ecuaciones como constructos endógenos que sean explicados por otras variables exógenas (latentes u observadas).

Las técnicas del modelo de ecuaciones estructurales se consideran una extensión de varias técnicas multivariantes como la regresión múltiple, el análisis factorial principalmente en análisis de senderos. El modelo de ecuaciones estructurales abarcar una familia entera de modelos conocidos por muchos nombres entre ellos el de estructura de covarianzas, análisis de variable latente, factorial confirmatorio e incluso análisis LISREL. (Hair, 2007).

Entonces Cupani et. al (2012), menciona otra característica particular es que para interpretar los resultados del SEM se deben evaluar cuidadosamente varias pruebas estadísticas y un conjunto de índices que determinan que la estructura teórica propuesta suministra un buen ajuste a los datos empíricos. Este ajuste se verifica si los valores de los parámetros estimados reproducen tan estrechamente como sea posible la matriz observada de covarianza (Kahn, 2006).

El principal aporte que realiza el SEM es que permite evaluar o testear modelos teóricos, convirtiéndose en una de las herramientas más importantes para el estudio de relaciones causales sobre datos no experimentales cuando estas relaciones son de tipo lineal (Kerlinger, y Lee, 2002). Ayudan a seleccionar hipótesis causales relevantes, eliminando aquellas no sustentadas por la evidencia empírica.

Así, los modelos son susceptibles de ser estadísticamente rechazados si se contradicen con los datos, el verdadero valor de esta técnica es especificar complejas relaciones entre variables a priori y luego evaluar cuántas de esas relaciones se presentan en los datos recolectados empíricamente (Weston y Gore, 2006).

Existen al menos tres software altamente reconocidos y que actualmente están en uso. El primero de ellos es el LISREL (*Linear Structural Relations*) que fue creado por Joreskog y sus colaboradores (Joreskog y Sorbom, 1996) para establecer y analizar estructuras de covarianza. Las primeras versiones de este programa requerían del establecimiento de planteamientos muy difíciles para el usuario que no tenía conocimiento matemático profundo. Luego, el programa llamado EQS (*Structural Equation Modeling Software*) que fue desarrollado por Bentler (1995) presenta planteamientos y símbolos del modelo más fáciles de comprender.

Finalmente, el programa Análisis de Estructuras Momentáneas (*Analysis of Moment Structures, AMOS*) que fue creado por Arbuckle (2003), permite al usuario que especifique, vea y modifique el modelo de estructura gráficamente por medio del uso de herramientas gráficas sencillas. Cada uno de estos programas ha logrado que los investigadores usen con mayor facilidad el modelo de ecuaciones estructurales. (Cupani, 2012).

Existen diferentes métodos para el cálculo del ajuste de ecuaciones estructurales, destacando los siguientes: *Estimación por máxima verosimilitud (ML)*. Este método es el más utilizado en el ajuste de modelos de ecuaciones estructurales, al proporcionar estimaciones consistentes, eficientes y no sesgadas con tamaños de

muestras no suficientemente grandes. La estimación por ML exige que las variables estén normalmente distribuidas, aunque la violación de la condición de normalidad multivariante no afecta a la capacidad del método para estimar de forma no sesgada los parámetros del modelo. Aunque es capaz de facilitar la convergencia de las estimaciones aún con la ausencia de normalidad.

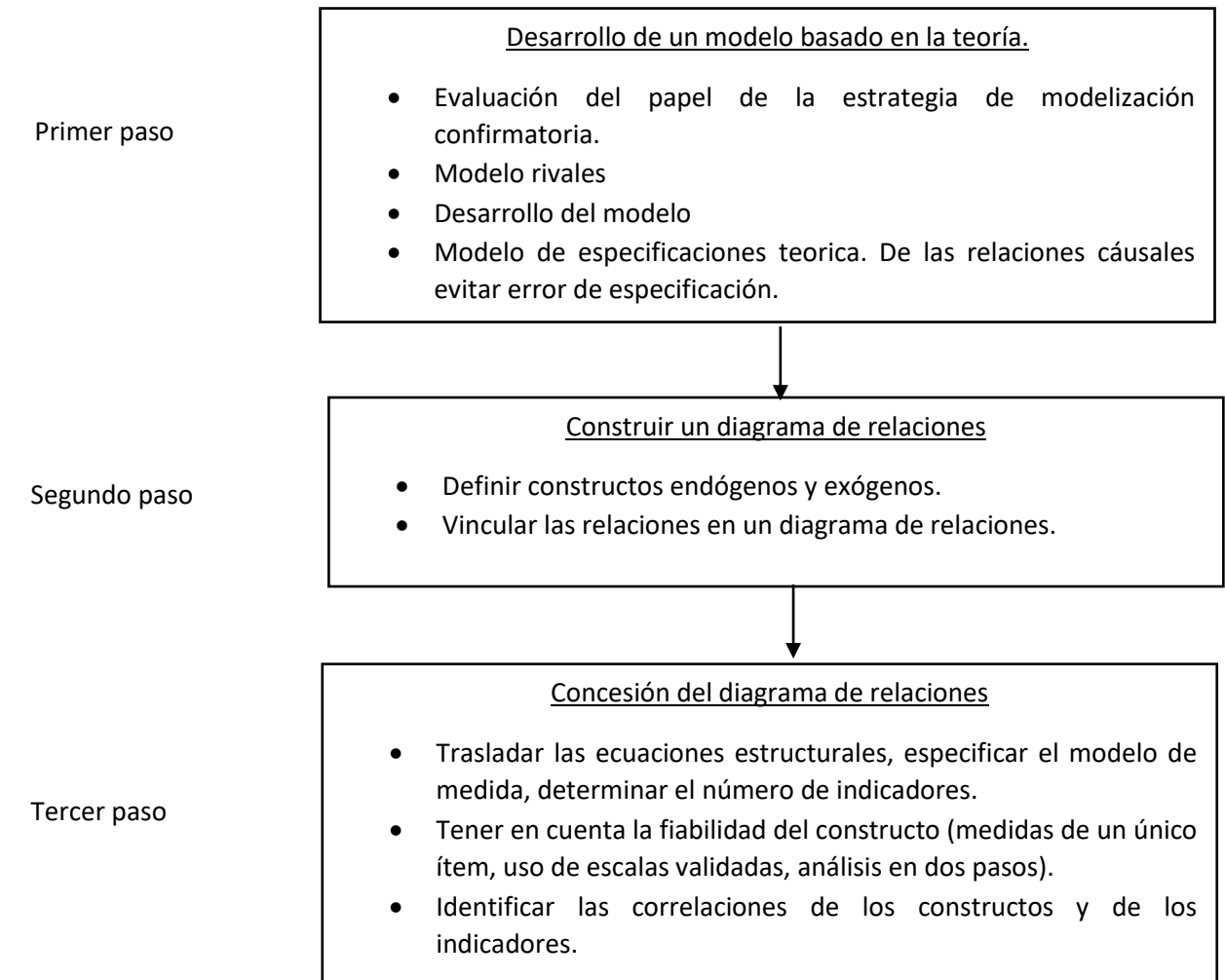
Método de mínimo cuadrados parciales, modelos PLS, se configuran como modelos de análisis multivariante de segunda generación (Chin, 1998; 2000), con el objetivo de la predicción de las variables latentes, maximizando la variable explicada (R^2) de las variables dependientes (Cepeda y roldan, 2004) y tienen las siguientes características (Stan y soporta, 2005): 1. Orientada a la predicción por medio de análisis de varianzas o componentes; 2. Cada variable latente es una combinación lineal de sus propias variables manifestadas, 3. Se relaciona entre una variable latente y variables manifiestas de forma reflectiva y formativa. 4. La complejidad del modelo es amplia (e.g. 100 variables latentes y 1000 variables manifiestas) 5. Hay muestras pequeñas cuyo rango mínimo recomendado es de 30 a 100 casos, 6. Los requerimientos teóricos son flexibles, por ello se les reconoce como análisis “soft modeling” 7. El tratamiento de datos perdidos es por medio de algoritmos.

La metodología PLS generaliza y combina características de análisis de componentes principales y análisis de regresión múltiple. Los modelos estructurales PLS miden a través de indicadores de carácter reflectivo y formativo.

En tal sentido revisando la información de los distintos métodos para la aplicación se decidió aplicar en la investigación el modelo Estimación por máxima verosimilitud de ecuaciones estructurales utilizando programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) en su versión 21®.

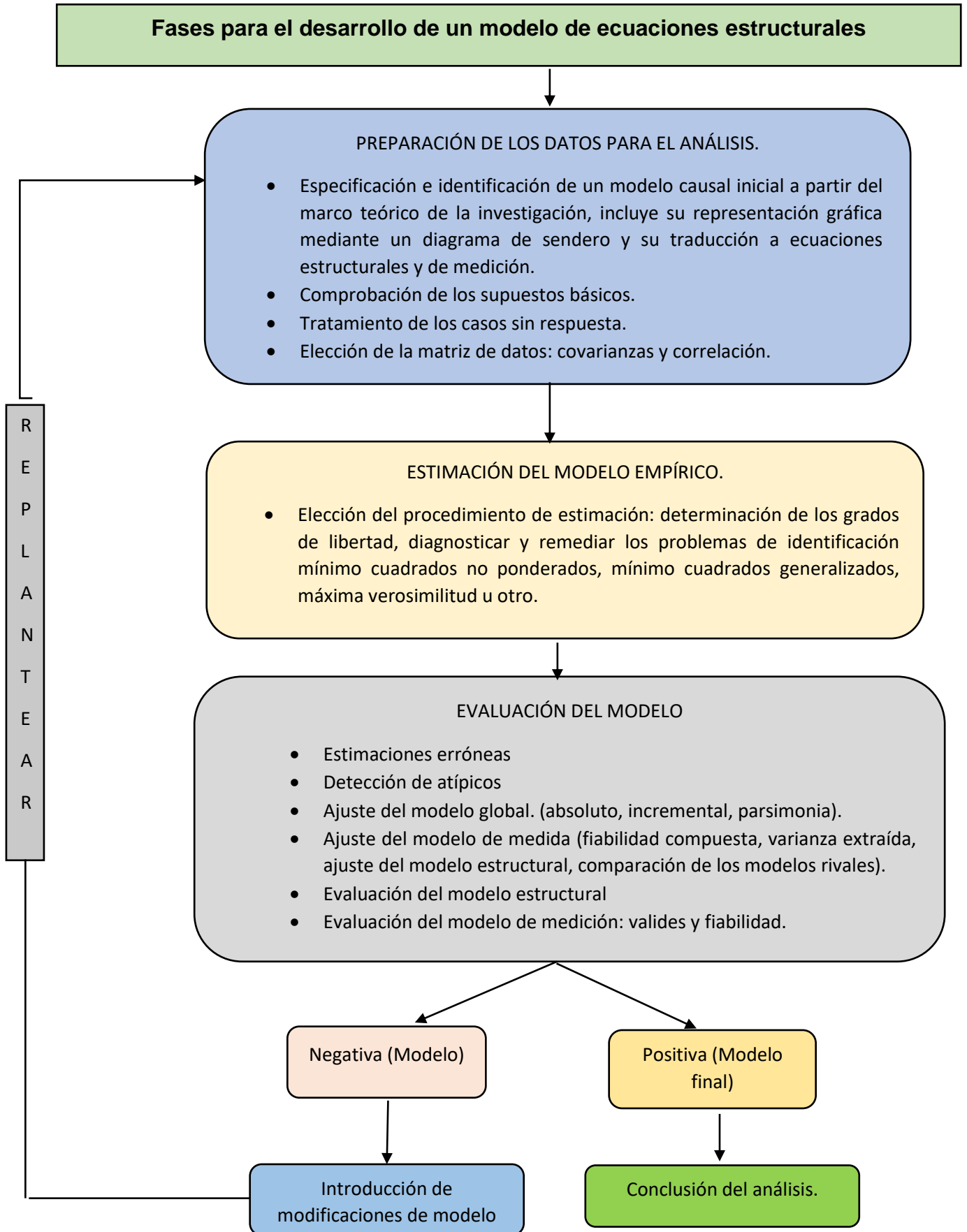
Ya que la técnica se combina tanto la regresión múltiple como el análisis factorial, permite solo evaluar las muy complejas interrelaciones de dependencia sino también incorporar los efectos del error de media de los coeficientes estructurales al mismo tiempo

Tabla 7 Fase para el modelo de ecuaciones estructurales.



Fuente. (Hair, 2007).

Tabla 8 Desarrollo de Ecuaciones Estructurales.



3.3 Método de investigación.

Para lograr el propósito de la investigación se enmarca en el enfoque metodológico predominado la metodología cuantitativa-correlacional, descrito por Tamayo (2007), el cual consiste en el contraste de teorías ya existentes, a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, es decir establecidas previamente para realizar la medición numérica, mediante el uso de la estadística estable las relaciones de comportamiento se puedan presentar en determinada población. El alcance de la investigación es descriptivo-correlacional.

Los estudios descriptivos pretenden medir la información de manera independiente o conjunta sobre las variables, en donde se realizan especificaciones como lo son características, perfiles de personas, grupos; procesos, propiedades o cualquier otro fenómeno que se requiera para realizar un análisis.

El alcance de la investigación correlacional, tiene como principal objetivo medir la relación que hay entre dos o más variables, como se miden cada una de ellas, como se cuantifican y analizan la relación. Y en las hipótesis es donde se ve sustentado cuales serán sometidas a prueba.

Si bien, la investigación pretende dar como resultados la relación que existe entre la intención emprendedora y las variables independientes (capacidad emprendedora, valoración social, habilidades adquiridas, el proceso de enseñanza y aprendizaje) para de esta forma analizar la correlación de cada una y sus comportamientos.

3.4 Técnicas de Investigación

Para iniciar con el proceso de la técnica de investigación se utilizaron diferentes técnicas con el fin de obtener datos, fueron recopilados por medio de la aplicación del instrumento a la población, posteriormente fueron capturados y procesados

mediante el programa *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) en su versión 21®.

Los análisis que se realizaron primeramente fueron los datos, los valores atípicos, análisis factorial, mismos que permiten la reducción de datos y contribuyen a encontrar grupos de variables que están correlacionadas entre ellas. También, se realizaron análisis descriptivos, mediante las tablas de contingencias para confrontar indicadores de interés, donde se analiza cada uno de los datos biográficos del instrumento para determinar el impacto que generan, lo anterior mediante la implementación de gráficas y tablas para poder apreciar dicha información e identificar de manera rápida cada una de las características sobresalientes. Del mismo modo, se realizaron análisis de ecuaciones estructurales para la creación del modelo mediante el programa SPSS® Analysis of Moment Structures (AMOS).

3.5 Definición de las Variables.

Tabla 9 Definición de las variables de la intención emprendedora.

Variable	Definición
Valoración social	Ruiz, Fuentes y Ruiz (2014) con base en Krueger (2000); Hechavarria y Reynolds (2009) indican que las intenciones de perseguir una oportunidad emprendedora pueden ser predichas en base a tres percepciones críticas acerca de la actividad emprendedora, entre ellas, que ésta se perciba como una actividad con apoyo o respaldo social. Destacan que el respeto hacia los emprendedores es una norma social fundamental que puede influir en las tasas de creación de empresas en un país, dado que las normas sociales pueden afectar los estilos cognitivos, así como los comportamientos individuales.
Habilidades adquiridas	Autoeficacia puede ser definida como la confianza de un individuo en su capacidad para tener éxito en roles y tareas empresariales (Chen et al., 1998 citado en Liñán & Chen 2009).

Capacidad emprendedora	<p>El capital social puede constituir una relevante variable predictora en la probabilidad de iniciar un negocio, dado que las redes de contactos son una fuente importante de conocimiento y nuevas ideas (Hoang y Antoncic, 2003 en Ruiz, Fuentes y Ruiz, 2014).</p> <p>La capacidad del individuo para establecer una buena red de relaciones con conocidos, amigos y gente que puede ser útil para él / ella, haciendo posible el logro de sus / sus objetivos (Silva, et al, 2016).</p> <p>Predisposición aprendida, o no, para actuar de una manera innovadora, autónoma, planificado y creativo, el establecimiento de redes sociales (Souza et al, 2013).</p> <p>Delfín y Acosta (2016) articulan diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano</p>
Intención Emprendedora	Medida de acuerdo a si los encuestados estan pensando en la posibilidad de iniciar un nuevo negocio a corto plazo (Camelo, Diáñez y Ruiz, 2016)
Proceso de Enseñanza y Aprendizaje	Capacitación en emprendimiento construida de posibles efectos de la educación empresarial.

Fuente: Elaboración propia a base de diferentes autores.

3.6 Definición del Modelo.

En función a la literatura estudiada el siguiente modelo de investigación.

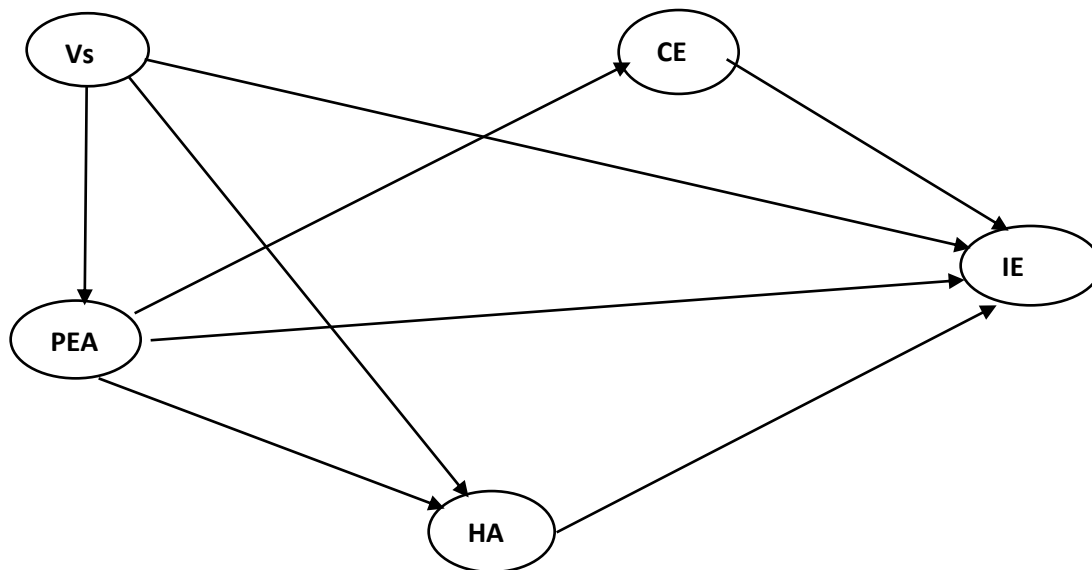


Figura 13 Modelo IE

Fuente: Elaboración propia.

3.7 Instrumento de investigación.

El instrumento que se aplicó para esta investigación es una adaptación con base en Liñan y Chen (2009). Dicho instrumento contiene reactivos que fueron medidos mediante una encuesta tipo escala de Likert. Se le agregó el apartado correspondiente a la variable del proceso de enseñanza y aprendizaje, en donde se analiza la intención emprendedora con un total de 86 reactivos, de los cuales se eliminaron dos, esto debido a que no mostraron consistencia y relevancia por lo que se optó por eliminarlos. Para el análisis fueron utilizados los 84 reactivos, mismos que se dividieron en 9 secciones (datos biográficos, intención emprendedora, valoración social; habilidades adquiridas, relación empresarial, conocimiento empresarial; éxito empresarial, desarrollo empresarial y proceso de enseñanza y aprendizaje).

Se decidió utilizar la encuesta tipo escala de Likert, pues permite conocer las actitudes y el grado de conformidad del encuestado en sus diferentes respuestas, la escala que se utilizó fue del 1 a 7, donde es considerado; 1 muy en desacuerdo, 2 desacuerdo, 3 moderadamente desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni desacuerdo, 5 moderadamente de acuerdo, 6 de acuerdo y 7 muy de acuerdo.

3.8 Población y Muestra.

La población sujeta de estudio fueron los estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus San Quintín en Ensenada, Baja California, México. Dicha población fue elegida, ya que cuentan con capacidades para emprender, por lo que el nivel de educación superior es un factor importante para que los estudiantes tengan una mayor percepción e intención de emprender.

Con el fin de analizar y estudiar las actitudes hacia la creación de empresas. El instrumento fue aplicado para la obtención de dichos datos de la presente investigación a estudiantes de los semestres de tercero a octavo, de los programas educativos de la licenciatura en administración de empresas, licenciatura en

contaduría, ingeniero en computación e ingeniero agrónomo. Lo anterior, cabe recordar fue en la UABC, Campus San Quintín.

Para la obtención de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

N= Población (678)

Z = Nivel de confianza

P= Probabilidad de que la muestra tenga características desfavorables. (.50)

Q = Probabilidad de que no lo haga. (.50)

E= Error muestral 3%

$$N = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

La muestra obtenida fue de 246 alumnos.

3.9 Recopilación de información

La recopilación de la información se realizó mediante la aplicación del instrumento a los estudiantes universitarios, en las diferentes carreras que oferta la UABC, Campus San Quintín, que comprende el periodo de marzo, abril y mayo del 2017.

Dicha aplicación, se realizó de manera presencial en los laboratorios de cómputo, en donde los universitarios respondían el instrumento en línea y tomando un tiempo aproximadamente de 15 a 20 minutos. Donde en total se aplicaron 246 instrumentos, sin embargo fueron eliminadas 18 observaciones por inconsistencia de respuestas.

Ficha técnica.

Tabla 10 Ficha Técnica

Concepto	Descripción
Ámbito Geográfico	San Quintín, Baja California
Diseño de la investigación	Metodología Mixto de Alcance descriptivo y correlación, análisis factorial.
Unidad muestral	Estudiantes universitarios de las diferentes carreras de UABC. Campus San Quintín.
Universo	678 estudiantes universitarios
Muestra	213 Encuestas validadas
Enfoque de estudio	Cuantitativo
Procedimiento	
Trabajo de campo	Marzo, abril y mayo 2017
Instrumento	Cuestionarios estructurados

Fuente: Elaboración Propia.

IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado del capítulo V se muestran los resultados obtenidos de los análisis de la investigación, en donde se analizan cada una de las partes que compone el instrumento y se describen. Como primer apartado se inicia con el análisis descriptivo en donde se examinan los datos biográficos del primer apartado del instrumento, así como los datos más importantes sobre la muestra. En el segundo apartado se presenta como se construyeron cada una de las variables por el método factorial la fiabilidad del modelo de medida y la construcción y prueba del modelo estructural.

4.1 Análisis Descriptivo.

La investigación tiene como objetivo principal estudiar las actitudes e intenciones de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas. Los semestres que respondieron el instrumento son de tercero a octavo semestre de las distintas carreras del campus San Quintín. En este apartado se describen los datos sociodemográficos de la primera sección sexo, edad, estado civil, carrera, semestres, nivel de educación de padres, nivel de ocupación padres en donde se muestran de manera gráfica.

Se aplicaron 246 encuestas a estudiantes universitarios, en el periodo de semestre 2017-1 en los meses marzo, abril y mayo, eliminando 18 observaciones que no mostraban consistencia en sus respuestas, logrando de esta forma una muestra válida de 228 observaciones.

Género.

En tabla 4.1 muestra las frecuencias y porcentajes.

Tabla 11 Frecuencia por sexo

Sexo	Porcentaje
Masculino	48.2
Femenino	51.8
Total	100.0

Fuente: Elaboración propia

La muestra obtenida de los estudiantes universitarios como se observa en la tabla de frecuencias, así como en la gráfica de género, se obtuvo que el 52% corresponde al sexo masculino y el 48% al sexo femenino, lo que indica que existe muy poca variación en donde existe oportunidad para cualquier género pueda seguir en la educación superior una vez que concluyan la educación media superior.

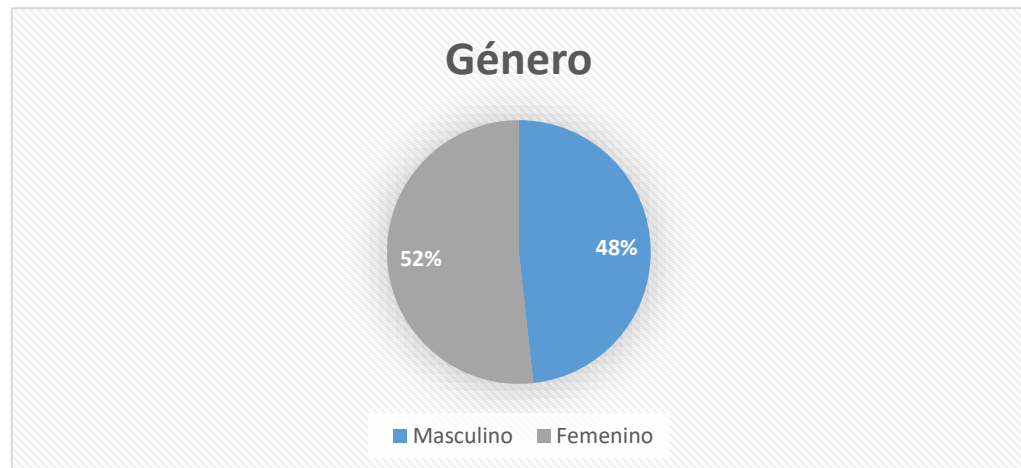


Figura 14 Genero UABC San Quintín

Fuente: Elaboración propia.

Edad.

Como se puede observar en la tabla de frecuencias y en el gráfico de barras, que la edad de los estudiantes universitarios el 25% del total de la muestra son jóvenes de 20 años, mientras que el 4% corresponden a jóvenes de 28, 29, 31 y 33 años aunque a pesar de la edad siguen motivándose a terminar sus estudios y poder tener la carrera de licenciatura, se puede decir que los estudiantes ingresan a sus estudios superiores lo hacen al egresar de las escuelas de bachillerato, por las edades en las que se concentra más la muestra de 19 a 24 años.

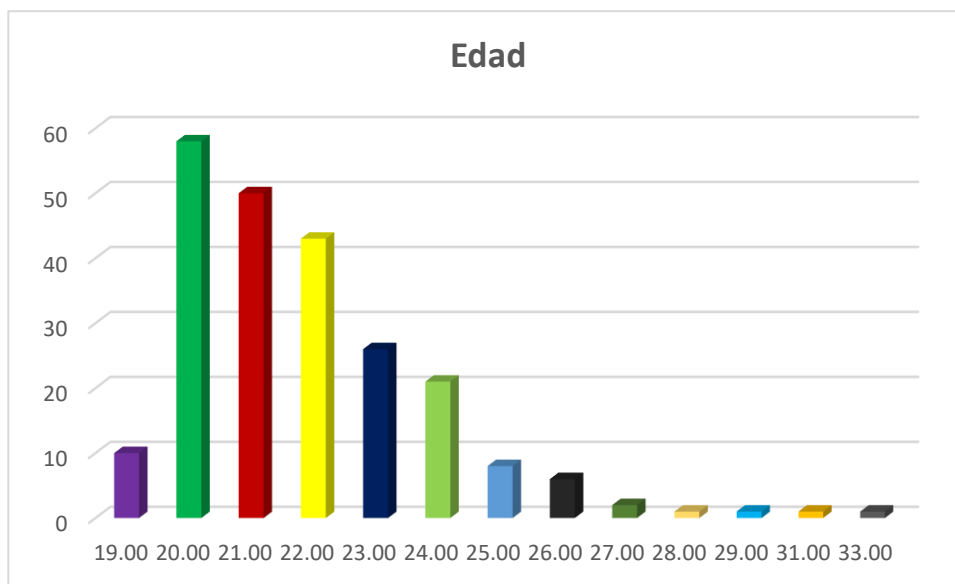


Figura 15 Edad

Fuente: Elaboración propia.

Estado Civil

Asimismo se puede observar que del total de los encuestados, el 82.9% se encuentran solteros equivalente a un total de 189 estudiantes universitarios, un 8.8% se encuentran casados y el 7.5% se encuentran en unión libre, se puede decir que los universitarios a pesar de su estado civil siguen superándose para poder terminar sus estudios, por lo que los universitarios con lo que más cuenta la universidad son de estado civil solteros.

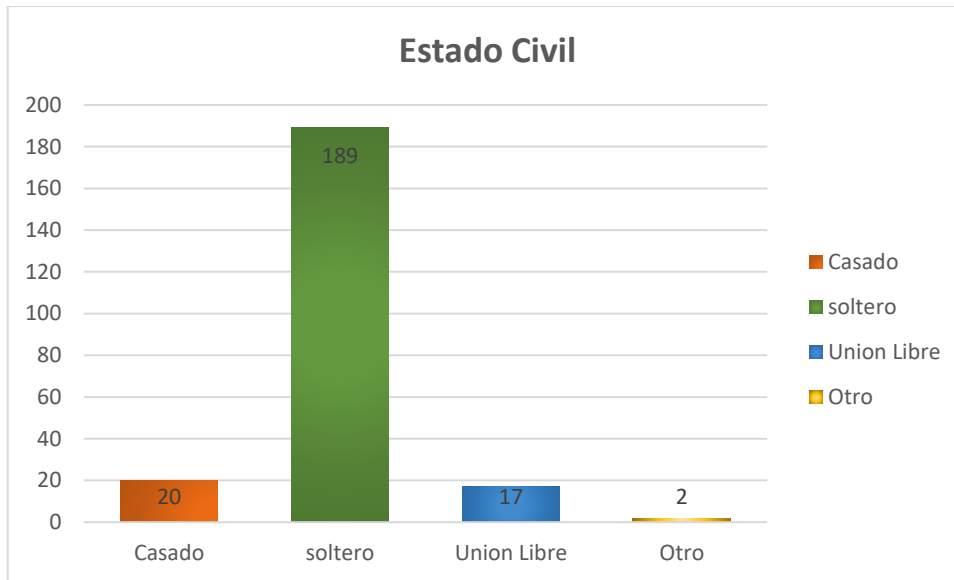


Figura 16 Estado Civil

Fuente: Elaboración propia.

Ciudad de Nacimiento.

La información obtenida de la muestra aplicada, refleja que el lugar de nacimiento de los estudiantes es en su mayoría con un 58% del Valle de San Quintín y con un 21 % del municipio de Ensenada. Es decir fueron nacidos en la ciudad pero con residencia actual en el Valle y otra ciudad relevante que es Oaxaca donde representa un 13.6% de la muestra, pues los estudiantes han nacido allá pero como se sabe hoy en día emigran al Valle en busca de mejores condiciones de vida, también se cuenta con otros estados de la república que no cuentan con un número mayor de porcentaje de .4% como se refleja en la tabla y gráfica representada en porcentaje.

Tabla 12 Tabla referente a ciudad de nacimiento

Ciudad	Frecuencia	Porcentaje
Acapulco	1	.4
Chiapas	1	.4
El Rosario	1	.4
Ensenada	46	20.2
Extranjero	1	.4
Guadalajara	1	.4
Oaxaca	31	13.6

San Quintín	131	57.5
Sinaloa	9	3.9
Tepic Nayarit	1	.4
Tijuana	1	.4
Veracruz	2	.9
Vizcaíno	1	.4
Zacatecas	1	.4
Total	228	100.0

Fuente: Elaboración propia.

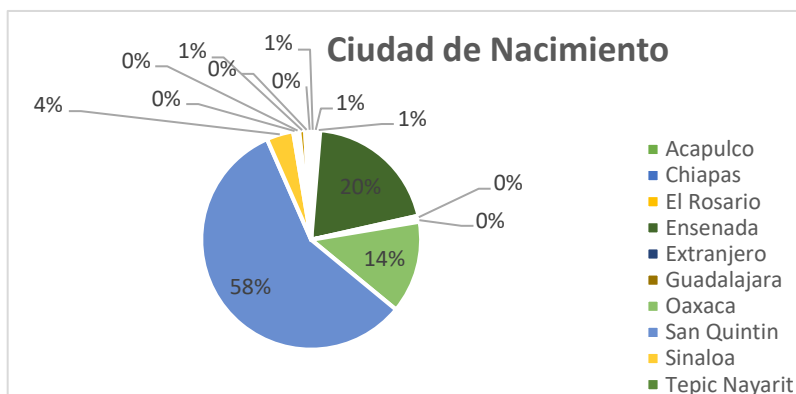


Figura 17 Ciudad de Nacimiento

Fuente: Elaboración propia.

Carrera.

En la Facultad de Ingeniería y Negocios Campus San Quintín, se cuentan con 4 carreras que se representan en la tabla 13, en donde puede observar la carrera que cuenta con minoría de alumnos, la cual es la de ingeniero en computación, por lo tanto se obtuvo que el 57% de los encuestados se encuentran inscritos en la carrera de licenciados en contaduría, mientras que el 19.3% en la carrera de ingeniero agrónomo y el 18% en la carrera de administración, como se puede observar en la figura 18.

Tabla 13 Frecuencias y Porcentajes por carrera

Carrera	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniero Agrónomo	44	19.3
Ingeniero en Computación	14	6.1
Licenciado en Administración	41	18.0
Licenciado en Contaduría	129	56.6
Total	228	100.0

Fuente: Elaboración Propia.

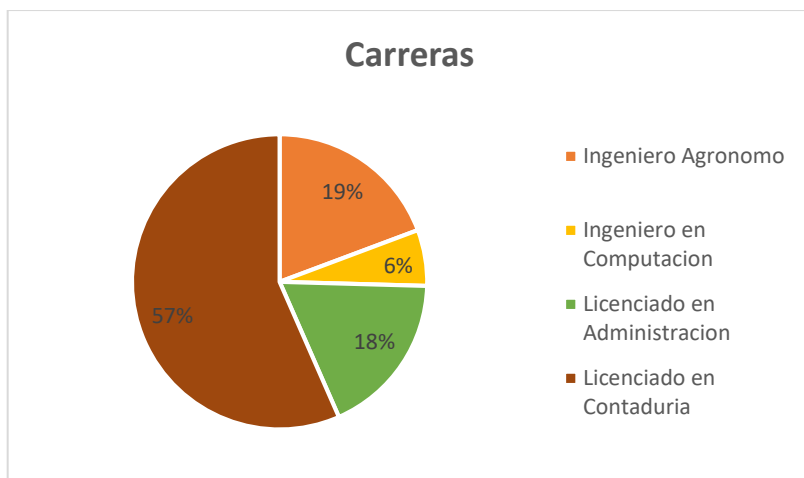


Figura 18 Carreras Universitarias

Fuente: Elaboración propia.

Semestre.

En cuanto al semestre que cursa el estudiante universitario el 24.1% cursa el tercer semestre, mientras que el 21.9% cursa el sexto semestre, así como el cuarto, quinto y octavo semestre tienen porcentajes con poca variedad a diferencia que muestra que en séptimo semestre sólo se cuenta con un 8.8% como se puede observar en el gráfico.

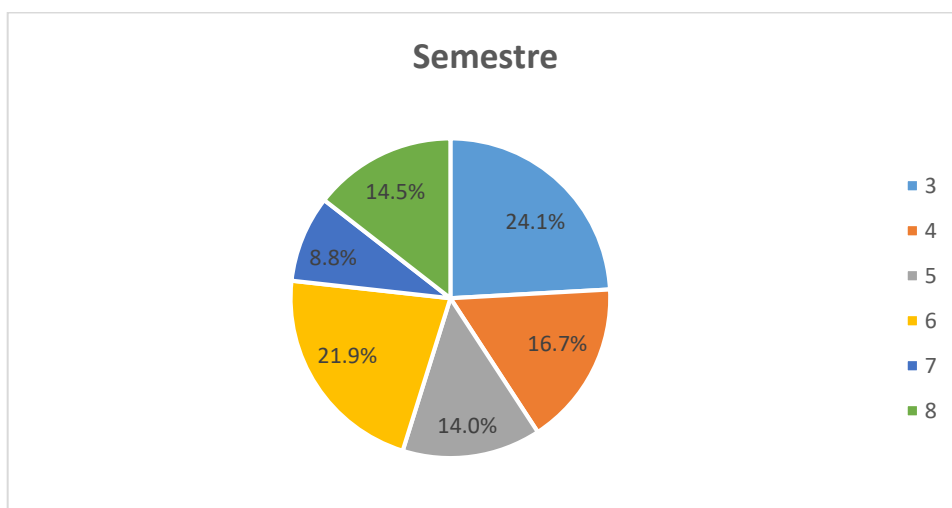


Figura 19 Nivel de semestre de los estudiantes

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de educación de los Padres.

En cuanto a la educación de los padres, se muestra que más de la mitad de los padres de los estudiantes universitarios cuentan con un nivel de educación primaria que representa un 57.9%, así mismo seguido del nivel secundaria con un 21.1% a diferencia de los otros niveles de educación, no existe una gran diferencia en cuanto a porcentajes que de igual forma se encuentra representada en el gráfico.

Tabla 14 Tabla de frecuencia y porcentaje referente a Nivel de educación de los padres.

Educación /Padres	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	132	57.9
Secundaria	48	21.1
Bachillerato	14	6.1
Universidad	15	6.6
Otro	19	8.3
Total	228	100.0

Fuente: Elaboración Propia.

Ocupación de los padres.

El 25.9% de los padres o tutores de los estudiantes, son trabajadores del sector privado mientras que el 17.1% muestra que son empresarios independientes, por otro lado el 12.7% son empleados públicos de alguna institución de gobierno, mientras que el 37.7% que la mayoría respondió representa a los padres o tutores que desempeñan actividades de campo por la zona en la cual se encuentra el Valle de San Quintín.

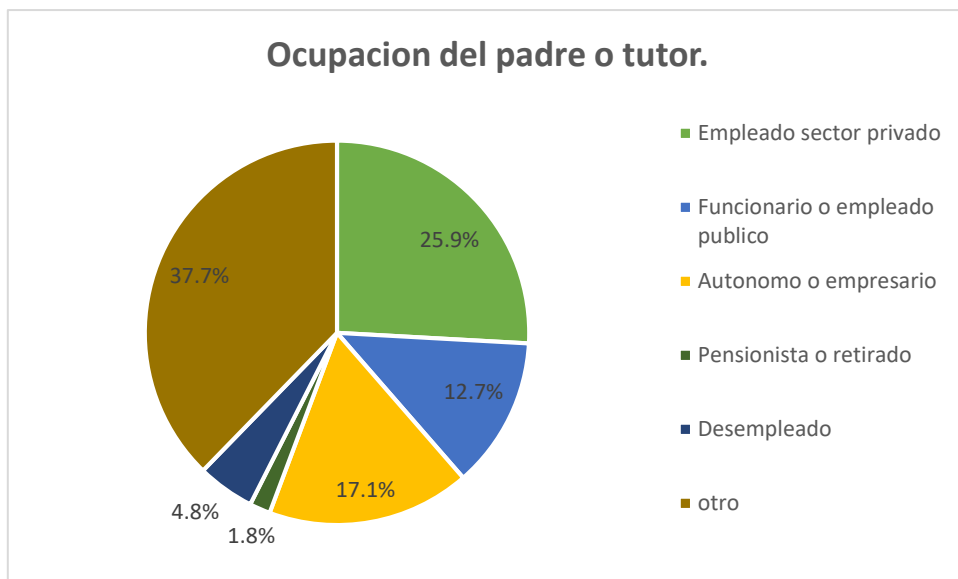


Figura 20 Ocupación del padre o tutor

Fuente: Elaboración Propia.

Ingresos Mensuales.

En la figura 21 se muestra que el ingreso mensual dentro de sus hogares es 80.3% correspondiente a 183 estudiantes, lo cual representa más de la mitad del total de la muestra aplicada, mientras que el 14.0% equivale a 32 estudiantes, por lo tanto se puede decir que el tope máximo de ingresos es hasta \$8,000 pesos, debido a que no existen empleos como trabajadores de campo muy bien remunerados.

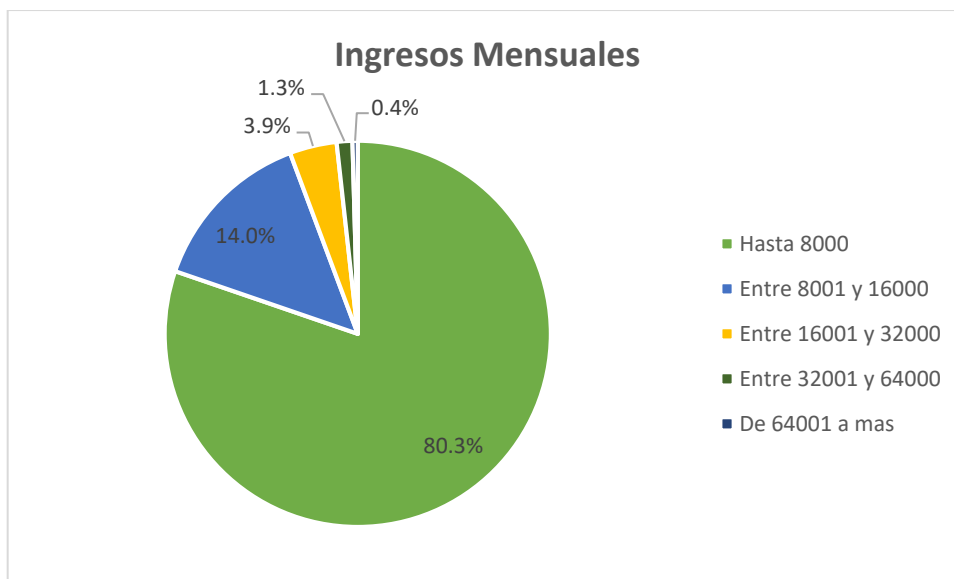


Figura 21 Ingresos Mensuales

Fuente: Elaboración propia.

4.1.2 Comparaciones de elementos sociodemográficos.

En el cruce de estos dos aspectos de género y carreras los resultados arrojan que existen más mujeres estudiando la carrera de contaduría y si por igual el mayor número de hombres concentrado en la carrera de contaduría, la carrera que tiene menor cantidad de alumnos es ingeniero en computación debido a que no tiene gran demanda y no cuenta con todos los semestres cursando, en comparación a la carrera de ingeniero agrónomo es ocupada mayormente por hombres, que por mujeres que estén estudiando la carrera, en lo opuesto en la carrera de administración se cuentan con más mujeres, que hombres estudiando hoy en día.

Tabla 15 Tabla cruzada en relación de las carreras y género.

Carreras	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
Ingeniero Agrónomo	34	10	44
Ingeniero en Computación	9	5	14
Licenciado en Administración	12	29	41
Licenciado en Contaduría	55	74	129
Total	110	118	228

Fuente: Elaboración propia

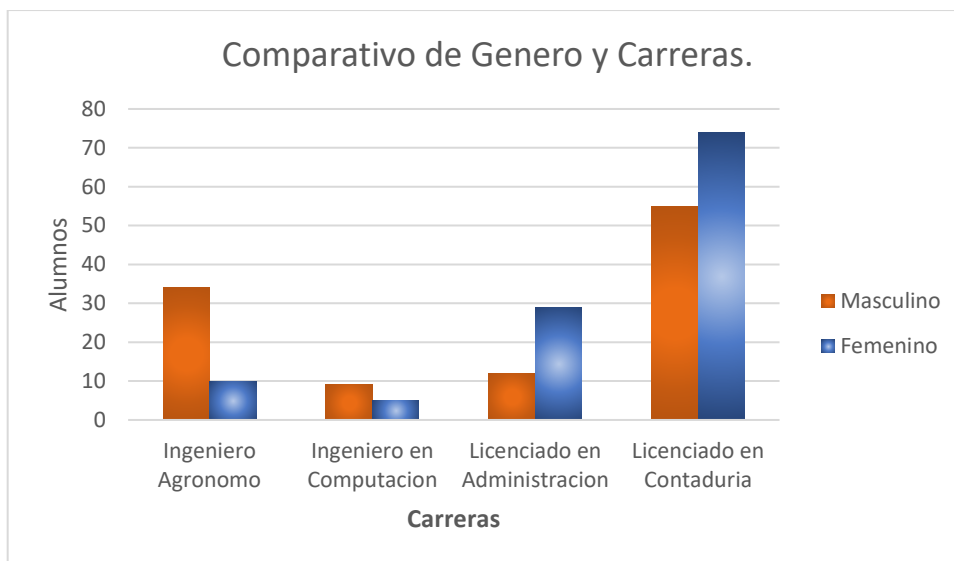


Figura 22 Comparativo de género y carreras

Fuente: Elaboración Propia.

Estado civil y género.

Al realizar esta tabla de contingencia, los resultados arrojan que dentro de la comunidad universitaria en su mayoría del sexo masculino son solteros y seguido de femenino, dentro del estado civil casado, solo 4 hombres, mientras que 16 mujeres representan el número más alto de ese estado, y al igual que en unión libre se encuentran 16 mujeres, siendo así la representación mediante la tabla y el grafico.

Tabla 16 Comparativo de estado civil con género.

Estado civil	Sexo		Total
	Masculino	Femenino	
Casado	4	16	20
Soltero	101	88	189
Unión Libre	3	14	17
Otro	2	0	2
Total	110	118	228

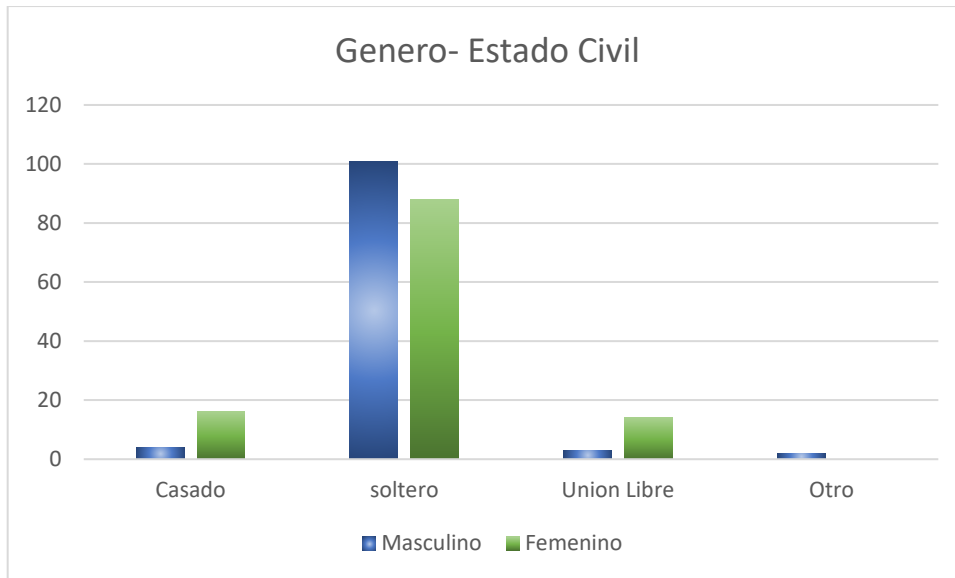


Figura 23 Genero vs Estado civil

Fuente: Elaboración propia.

Ciudad de Nacimiento y Género.

Nos muestra que del total de la muestra, el lugar de residencia con alto índice de significancia es San Quintín tanto para el género masculino y femenino, seguido de Ensenada que se encuentra igual, por otra parte Oaxaca ocupa el tercer lugar con el que cuenta 17 hombres y 14 mujeres, a diferencia de otros estados que se podrá observar claramente en el grafico 24.

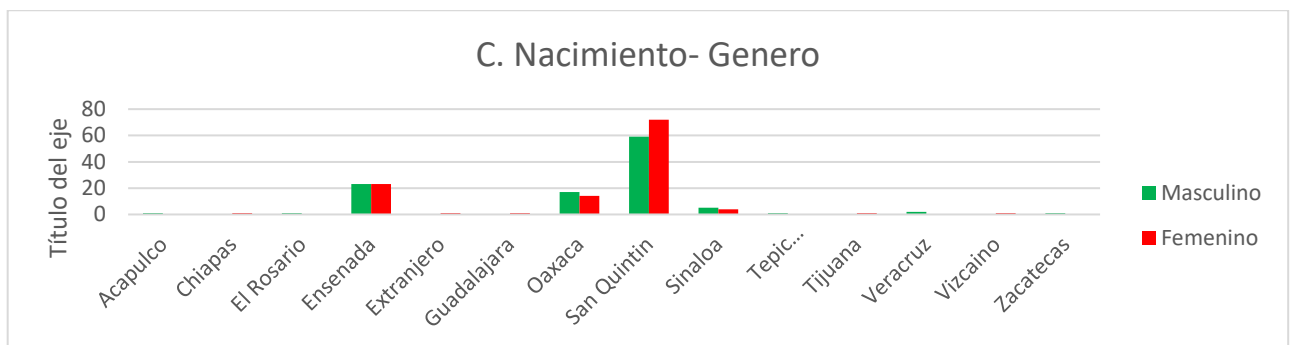


Figura 24 Comparativo de C. de nacimiento y Género

Fuente. Elaboración Propia.

Carrera y Estado Civil.

De la información contrastada refleja que dentro de la carrera de ingeniero agrónomo y licenciado en contaduría se cuenta con mayor estudiantes universitarios como solteros y así como la carrera de contabilidad, seguido de administración, con mayor estudiantes casados en contaduría por igual, puesto que en unión libre no se encuentra gran relevancia en las distintas carreras, se puede decir que una de las carreras con mayor demanda de estudio y atracción es licenciado en contaduría.

Tabla 17 Tabla de las carreras contrastado con estado civil

Carrera	Estado Civil				Total
	Casado	Soltero	Unión Libre	Otro	
Ingeniero Agrónomo	2	39	2	1	44
Ingeniero en Computación	0	12	1	1	14
Licenciado en Administración	2	35	4	0	41
Licenciado en Contaduría	16	103	10	0	129
Total	20	189	17	2	228

Fuente: Elaboración propia.

4.2 Validación del modelo teórico

4.2.1 Validación del modelo de medida.

De un inicio, la normalidad uní y multivariada de los datos fueron verificadas por medio de las pruebas estadísticas kolmogorov-smirnov y el coeficiente media, (kline, 1998) indicando el rechazo de la hipótesis de normalidad de los datos. Como medida dada a la normalidad verificada para las variables manifiestas se llevó Se analizó el modelo a través de la confiabilidad compuesta, la validez convergente y discriminante, la validación de los constructos se hizo con una base de datos n= 247 participantes para la validación de contenido, se comprobó dichos análisis de las variables compuestas en los constructos. La aplicación que se realizo fue por el método de SEM.

La evaluación de la validez y la fiabilidad del modelo de medida implican el análisis de la fiabilidad de cada constructo y sus indicadores. También implica el análisis de

la fiabilidad compuesta de cada constructo. En tal sentido se analizó la validez convergente a través de la significancia y las cargas del AVE en donde se analizó la validez discriminante a través de los valores de AV y finalmente el modelado de ecuaciones estructurales (SEM).

En cuanto al análisis de la fiabilidad y de la consistencia interna del modelo, se calcularon los valores alpha de Cronbach, los índices de fiabilidad compuesta y los valores de la varianza extraída. Siguiendo a Anderson y Gerbing (1988) y Hair et al. (1992), la fiabilidad se considera aceptable cuando los valores alpha de Cronbach superan el valor de 0.7, comprobándose que en este modelo todos los constructos empleados alcanzan valores adecuados de fiabilidad, con valores alpha de Cronbach superiores a 0.7. Por otro lado, la fiabilidad compuesta es una medida de la consistencia interna de los constructos [Bagozzi y Yi, 1988], de manera que valores superiores a 0.5 confirmarían la consistencia interna. Por tanto, en el Modelo se confirma la consistencia interna. En relación a la validez discriminante, que mide la precisión con que el instrumento de análisis representa las variables, los valores de la varianza extraída también se consideran aceptables, dado que superan el valor 0.5 [Hair et al., 1999; Wu y Lin, 2000]. Asimismo, la validez del modelo ha sido confirmada al comprobar que ninguno de los coeficientes de correlación entre las variables latentes es elevado.

En cuanto a los indicadores globales de ajuste, las medidas adecuadas se dan cuando el contraste de la chi-cuadrado es no significativo, el índice RMSEA toma valores inferiores a 0.08, los valores de los índices GFI Y NNFI son iguales o superiores a 0.90 y los valores CFI , AGFI son superiores a 0.80 (Hair et al 1998).

Una vez evaluado el ajuste del modelo conjunto podemos evaluar la unidimensionalidad y fiabilidad de la medida de cada constructo. La unidimensionalidad es un supuesto su que subyace el cálculo de la fiabilidad y se demuestra cuando los indicadores de un constructo tiene n un ajuste aceptable sobre un modelo de único factor. El uso de las medidas de fiabilidad tales como el alfa de cronbach no se asegura que la unidimensionalidad si no que en su lugar supone que existe. El modelo de ecuaciones estructurales se considera una técnica

estadística multivariada utilizada para probar la validez de modelos teóricos que definen relaciones casuales, hipotéticas entre variables.

$$\text{Conf. compuesta} = \frac{(\sum \text{cargas})^2}{(\sum \text{cargas})^2 + \sum \text{error}}$$

Donde:

Carga= carga factorial.

Error= 1-(carga)².

Como se puede observar en la tabla 18 presenta los resultados.

Tabla 18 Validación de Fiabilidad estandarizada, Alpha de cronbach y AVE

Dimensiones	Ítems	carga factorial estandarizada	alpha de cronbach	fiabilidad compuesta	AVE
Intención Emprendedora	IE17	.811	0.929	0.931	0.732
	IE19	.886			
	IE9	.887			
	IE13	.936			
	IE12.	.743			
Capacidad emprendedora	IE5	.767	0.847	0.886	0.660
	IE7	.815			
	IE16	.841			
	IE14	.825			
Habilidades adquiridas	HA1	.697	0.951	0.951	0.645
	HA3	.849			
	HA4	.814			
	HA7	.903			
	HA8	.922			
	HA	.905			
	HA10	.900			
Valoración social	VS3	.773	0.922	0.922	0.704
	VS4.	.823			
	VS5.	.891			
	VS6	.876			
	VS7.	.828			
Proceso enseñanza aprendizaje	PEA1	.857	0.975	0.975	0.794
	PEA2	.888			
	PEA4	.938			
	PEA5	.937			
	PEA6	.842			
	PEA7	.881			
	PEA8r.	.907			
	PEA9	.887			
	PEA10	.894			
	PEA13.	.877			
	PEA15	.821			

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la validez convergente de acuerdo con el criterio propuesto por Steenkamp y Van Trijp (1991), se verifica la validez convergente de un constructo por medio del examen de las cargas factorías de los indicadores en la variable o constructo latente correspondiendo a las cargas factorías son fuertes (>0.50) y significativas (es decir C.R. (critical Ratio) ($P < 0.001$), se considera que el constructo tiene validez convergente. De acuerdo (Hair Et. Al., 2005) de acuerdo con Chin (1998), el valor de AVE elevada al cuadrado.

Tabla 19 Validez convergente y discriminante

Variables	IE	CE	VS	HA	PEA
IE	0.731736				
CE	0.719104	0.6597			
VS	0.2704	0.212521	0.704323		
HA	0.267289	0.328329	0.354025	0.645481	
PEA	0.072361	0.113569	0.082944	0.075076	0.7944626

La validez discriminante verifica si las escalas fueron desarrolladas para medir diferentes constructos están de hecho midiéndolos (Garver y Mentzer, 199). Fornell y Larcker (1981) surgieron como criterio para conferir a la comisión donde.

Carga= Carga factorial.

Error= $1 - (\text{Carga})^2$

$$\text{Conf. compuesta} = \frac{(\sum \text{cargas})^2}{(\sum \text{cargas})^2 + \sum \text{error}}$$

Se puede observar que la varianza extraída del constructo es siempre superior a la varianza compartida así como la validez discriminante. Los resultados que se presentan en diagonal, y así como Tenenhaus et al. (2004), los valores elevados al cuadrado, la varianza extraída debe ser mayor que las correlaciones entre las variables de todos los valores en fila, donde se localizan.

Después del análisis de la validez y fiabilidad de los valores de los constructores y de los indicadores el siguiente punto a evaluar es el modelo estructural.

4.2.2 Validez del modelo estructural.

Antes de analizar los dos modelos conceptuales propuestos, examinaremos la estructura multidimensional de ambos modelos de medida. **Para este propósito se realiza un análisis factorial confirmatorio**, con el propósito de comprobar la fiabilidad y validez de la escala de medida, mediante el programa SPSS 21. Un primer análisis reveló la necesidad de eliminar varios ítems de la escala inicial propuesta del Modelo para medir el valor de marca. Por tanto, se eliminaron dos ítems relacionados con la notoriedad IE se eliminó uno, de la variable CE se eliminaron dos, de la variable HA se eliminaron tres, de la variable VS se eliminaron tres y de la variable PEA se eliminaron siete, Una vez eliminados estos indicadores, los resultados muestran una especificación adecuada de la estructura factorial propuesta.

En relación al ajuste del modelo estructural se analizaron una serie de medidas para valorar al ajuste del modelo conceptual propuesto. El coeficiente chi-cuadrado, así como los grados de libertad, son generalmente empleados para evaluar los modelos (Qiu,2003), así como otros índices de la bondad y ajuste, como GFI,NFI O RMSEA. De acuerdo con los resultados obtenidos del modelo, chi-cuadrado obtiene un valor de 801.327, con un nivel de significación de 0.00 y un índice de bondad del ajuste (GFI) de .812 pudiendo considerarlo un indicador fiable del ajuste del modelo [Bollen, 1989; Hair et al. 1999]. Otros valores obtenidos para el ajuste del modelo de medida como el índice de ajuste normalizado (NFI), alcanza un valor de .893, siendo los valores superiores a 0.9 generalmente aceptados como evidencia de un buen ajuste [Browne y Cudeck, 1993]. El RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) alcanza un valor de .060, próximo a 0.05, y por tanto evidencia de un ajuste aceptable del modelo general [Bagozzi y Yi, 1988]. Las medidas del ajuste incremental, IFI .951, TLI .946, CFI .951, así como las medidas de parsimonia también indican un buen ajuste, dado que las primeras están todas por encima de

0.9 o bien muy próximas, como es el caso del índice de bondad del ajuste normalizado o AGFI 0 .782 [Hair et al. 1999].

Tabla 20 Índice de ajustes del modelo estructural

Medidas absolutas de ajuste	Modelo 1
Chi-cuadrado	801.327
Grados de libertad	455
Nivel de significancia	.000
Índice de bondad del ajuste (GFI)	.812
Root Mean Square Error of Approx(RMSEA)	Default model. .060 independencia model .259
MEDDAS DE AJUSTE INCREMENTAL	
Índice de bondad del ajuste normalizado (AGFI)	.782
Índice de ajuste normalizado (NFI)	.893
Índice de ajuste incremental (IFI)	.951
Índice de Tucker –Lewis (TLI)	.946
Índice de ajuste comparativo (CFI)	.951
MEDIDAS DE PARSOMIA	
Chi cuadrado normalizada	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presente el proceso del análisis de las relaciones entre las variables consideradas que permitirá comprender la influencia de dichas variables con la intención emprendedora, comparando con el modelo conceptual propuesto. Para ello se ha llevado a cabo un análisis multivalente mediante el programa de AMOS en su versión 21, considerando a las variables de capacidad emprendedora, habilidades adquiridas, valoración social y proceso enseñanza aprendizaje, hacia la intención emprendedora. En primer lugar los resultados obtenidos de este presente investigación muestra cómo se contrastan estas variables con la importancia del concepto de emprender y creación de empresa. En segundo lugar los resultados obtenidos confirman que ciertas hipótesis se rechazan y cuales se aceptan y así que variables confirman la importancia de contar con estas para poder llevar la intención de emprender un negocio, una influencia positiva, mediante la investigación se ha comprobado en el modelo que la valoración social aporta

fuertemente al proceso enseñanza aprendizaje, la valoración social hacia las habilidades adquiridas y todas encaminadas a la intención de emprendimiento, da que todas las relaciones causales que plantea dicho modelo son positivas y estadísticamente significativas. Un análisis de los coeficientes estandarizado del modo ponen en manifiesto que las fuentes de la de valoración social ($\beta_{306} = ***$), proceso enseñanza aprendizaje, $\beta_{.180}$, $.002$, valoración social $\beta_{.610}$, $***$ muestran una relación e influencia positiva y significativa sobre la intención emprendedora.

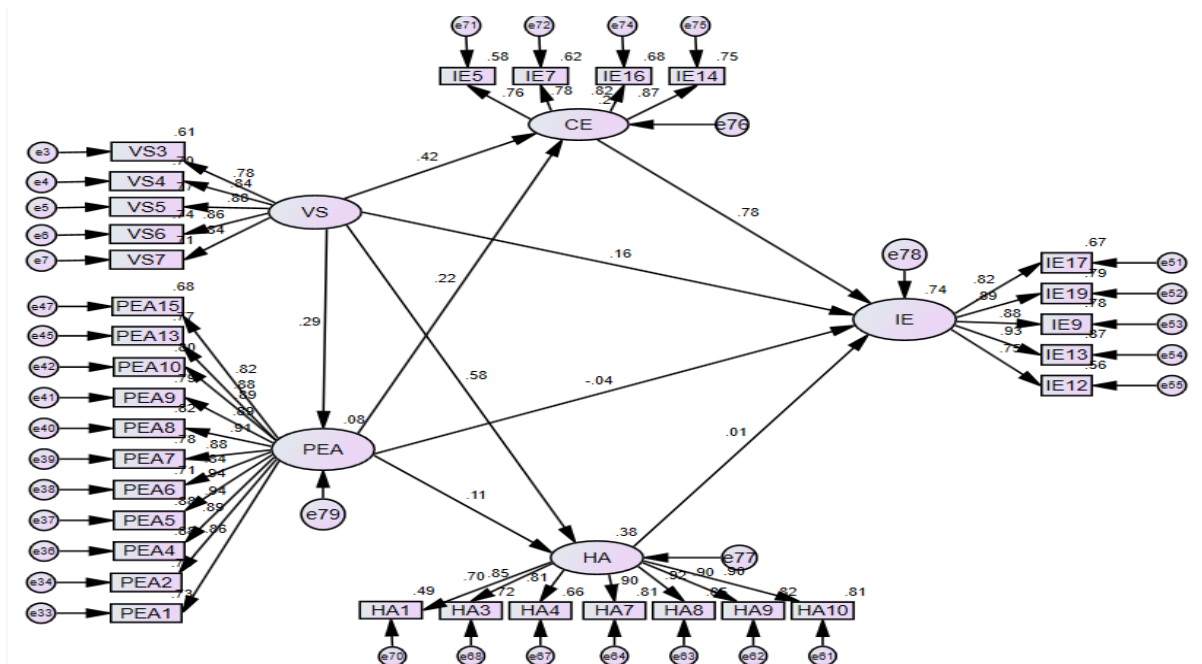
Tabla 21 Hipótesis aceptadas y rechazadas de Intención Emprendedora

Relación causales	Modelo coeficientes estandarizados	Hipótesis
H0 PEA ← VS	$\beta_{.306}$	*** No se rechaza
H1 CE ← PEA	$\beta_{.180}$.002 no se rechaza
H2 HA ← PEA	$\beta_{.110}$.073 rechazada
H3 HA ← VS	$\beta_{.610}$	*** No se rechaza
H4 CE ← VS	$\beta_{.366}$	*** No se rechaza
H5 IE ← VS	$\beta_{1.000}$	*** No se rechaza
H6 IE ← HA	$\beta_{.015}$.802 se rechaza
H7 IE ← VS	$\beta_{.186}$.012 No se rechaza
H8 IE ← PEA	$\beta_{-.047}$.357 se rechaza
R2 VM= R2INT=ns=no significativo ** significativo (p<0.05) *significativo (p<0.1)		

5.2.3 El modelo.

Este modelo conceptual no se ajusta bien los datos sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios, en concreto la influencia de las variables sobre la intención emprendedora no es significativa, las hipótesis H2, H6, H8, las cuales no pueden ser aceptadas, al no encontrar evidencia de su influencia significativa. Por otro lado se aceptan las hipótesis H0, H1, H3, H4, H5, H7, mientras que no se halla suficiente evidencia empírica para proponer una relación significativa entre las otras variables y la intención emprendedora, a pesar de que la literatura muestra que existe una relación significativa. Lo cual implica que el modelo conceptual planteado se encuentra muestra resultados desde la percepción de los estudiantes universitarios, es decir se comprueba con las hipótesis aceptadas que existe una relación de las variables independientes hacia la intención emprendedora que es la variable dependiente, por lo tanto parece que la valoración social, el proceso enseñanza aprendizaje es uno de los primeros pasos que los estudiantes deben de tener en cuenta para llevar a cabo la intención emprendedora.

Figura 25 Modelo de Intención de Emprendimiento San Quintín



Fuente: Elaboración propia

4.3 Descripción de resultados por dimensiones. (Variables).

4.3.1 Intención Emprendedora.

Para el análisis de la variable intención emprendedora se tomaron en cuenta sólo aquellos ítems que cumplieron con la carga factorial satisfactoria superior a .5 y que cumplieron con la normalidad univariante necesaria para la metodología de ecuaciones estructurales (Hair, et al xxx). Quedando de esta forma los ítems IE9, IE12, IE13; IE17, IE19, por lo que se obtuvo un promedio general de la dimensión de 5.7. Lo anterior, se encuentra en un promedio general no tan debajo de la escala referente a la intención de poder crear una empresa actual o a futuro.

Como se refleja en la tabla 22 se observa que la puntuación más baja de 5.33 se refiere a sí el alumno cuenta con las intenciones de crear una empresa, sin embargo estos por el momento de acuerdo a su respuesta no consideran viable emprender una empresa, dado que reflejan otras prioridades. Así mismo, la puntuación más alta obtenida con un 6.07, los estudiantes se encuentran decididos en algún día poder iniciar una empresa, si bien estos no descartan a futuro poder emprender, las puntuaciones de los ítems que conforman dicha dimensión se pueden observar tal y como se muestra en la figura. 26

Tabla 22 Resultado de la variable Intención Emprendedora

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Tío.
IE17_ Objetivo ser Empresario	1.00	7.00	5.3396	1.55095
IE19_ Intenciones Crear Empresa	1.00	7.00	5.7689	1.33433
IE9_ Decidido algún día	2.00	7.00	6.0755	1.25209
IE13_ Decidido a Crear E. a Fut.	2.00	7.00	5.8868	1.34073
IE12_ Opciones Preferiría ser Empres.	1.00	7.00	5.4858	1.46193

Fuente: Elaboración propia.

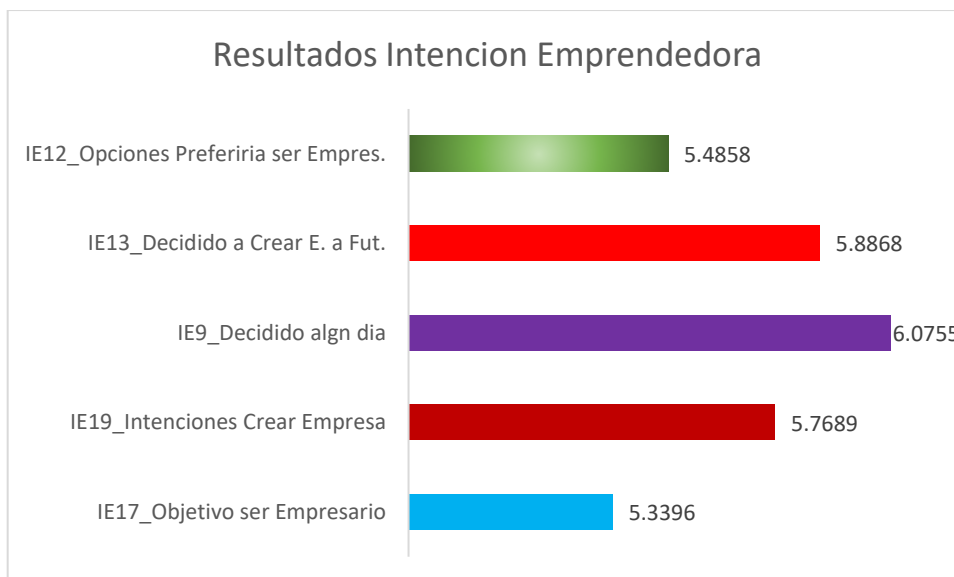


Figura 26 Resultado de la variable Intención Emprendedora

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.2 Capacidad Emprendedora.

En esta dimensión, el promedio general para la variable es de 5.31, de acuerdo a la escala, se encuentra por debajo de la media, clasificándose entre de acuerdo y bastante de acuerdo, en esta dimensión se considera la capacidad que cuentan los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas, del mismo modo para el control y la facilidad de llevar a cabo un proyecto empresarial.

Tabla 23 Resultados de la variable capacidad Emprendedora

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Tío.
IE5_Capas de Crear Empresa	1.00	7.00	5.5708	1.29516
IE7_Control de Empresa	1.00	7.00	5.3160	1.23116
IE14_Crear Empresa Alta Probabilidad	1.00	7.00	5.4528	1.20530
IE16_Facil proyecto Empresarial	1.00	7.00	4.9340	1.28254

Fuente: Elaboración Propia.

Es importante señalar, que a pesar de que las puntuaciones se encuentran en un promedio favorable de la dimensión, donde la media mínima se encuentra en el ítem sobre la facilidad que cuentan para llevar a cabo un proyecto empresarial, en el que

se obtuvo con un puntaje de 4.93, y el puntaje alto de la media es 5.57 se consideran capaces de crear una empresa, tal y como se puede observar en el gráfico 27.

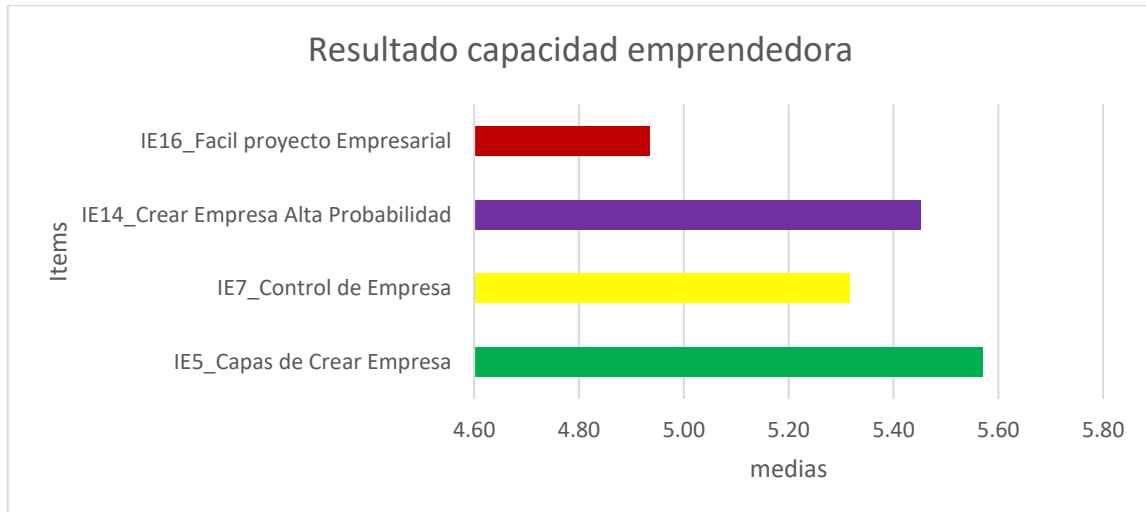


Figura 27 Resultados de capacidad emprendedora.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3 Valoración Social (Vs).

En la tabla 24, se muestran los ítems que representan la dimensión valoración social, su modelo inicial estaba constituida por 8 preguntas, pero al mostrar inconsistencia se redujo su estructura inicial, de esta manera se obtuvo una media de 4.80, lo cual mide la familia, los amigos, compañeros o el contexto donde se encuentra el empresario. Cabe destacar que la mayoría de los estudiantes encuestados muestran que los amigos valoran la actividad empresarial por encima de otras, siendo esta que se encuentra por debajo de la media, la puntuación más alta respecto a esta dimensión es de 4.95, por lo que se considera que la actividad empresarial merece la pena, a pesar de los riesgos, seguido de que en el país se tiende a pensar que los microempresarios ayudan a los demás.

Tabla 24 Resultados de la dimensión valoración social.

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Tío.
VS3_Papel del microempresario	1.00	7.00	4.9198	1.31278
VS4_Amigos valoran la Act. Empres.	1.00	7.00	4.6038	1.37809
VS5_Aceptan en el País Ser Empres.	1.00	7.00	4.8915	1.37083
VS6_Vale la pena a pesar de Riesgos	1.00	7.00	4.9575	1.41859
VS7_Compañeros Valoran la Act Empres.	1.00	7.00	4.6745	1.33942

Fuente: Elaboración propia.

En general se obtuvo una media de 4.80, por lo que se considera en mejorar algunos aspectos de los ítems que alcanzaron un puntaje inferior a la media. En la figura 28 se puede apreciar gráficamente las puntuaciones medidas por ítem.

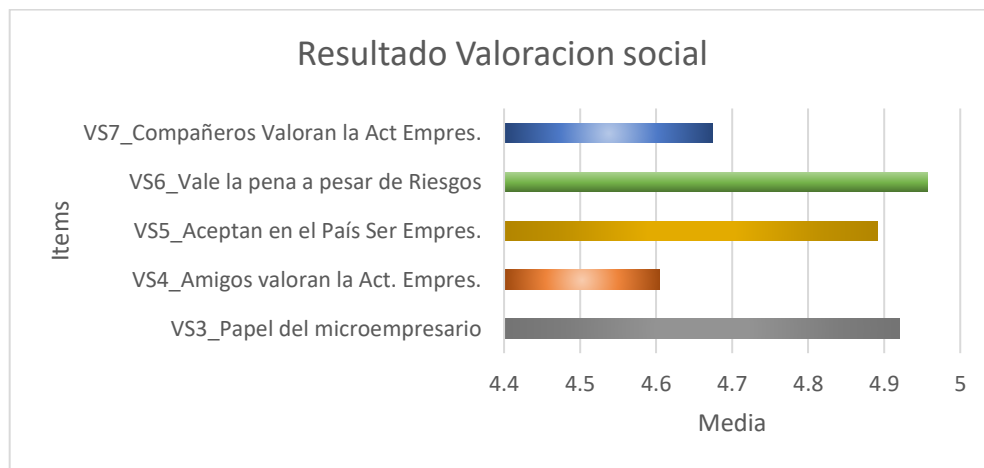


Figura 28 Resultados de media de los ítems de valoración social

Fuente: Elaboración Propia.

4.3.4 Habilidades Adquiridas.

Para el análisis de esta variable de habilidades adquiridas, el promedio general es de 5.17 se encuentran por debajo de la media, clasificándose en De acuerdo. Esta variable considera que están de acuerdo que perciben las habilidades para poder

llevar acabo las oportunidades, capacidades de comunicación, para delegar responsabilidad; obtención al logro, así como evaluar y asumir los riesgos.

Tabla 25 Resultado de la variable habilidades adquiridas.

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
HA1_Detección de oportunidades	1.00	7.00	4.9245	1.18999
HA3_Resolución de problemas	1.00	7.00	5.1698	1.19217
HA4_Liderazgo y capacidad de comunicación	1.00	7.00	5.1462	1.34282
HA7_Evaluar y asumir riesgos	1.00	7.00	5.1462	1.25903
HA8_Determinación en la toma de decisiones	1.00	7.00	5.2075	1.29686
HA9_Capacidad para delegar responsabilidades	1.00	7.00	5.3349	1.30842
HA10_Orientación al logro	1.00	7.00	5.3066	1.32613
N válido (según lista)				

Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar, que a pesar de las puntuaciones, como refleja la Tabla 25 la puntuación más baja de 4.92, se refiere a la detección de oportunidades, mientras que la puntuación más alta es de 5.33, la cual se refiere a las capacidades para delegar responsabilidades, seguido de la orientación al logro que cuentan. Es decir los estudiantes muestran que están adquiriendo habilidades. Si bien, las puntuaciones de los ítems que conforman la variable se pueden observar en la figura 29

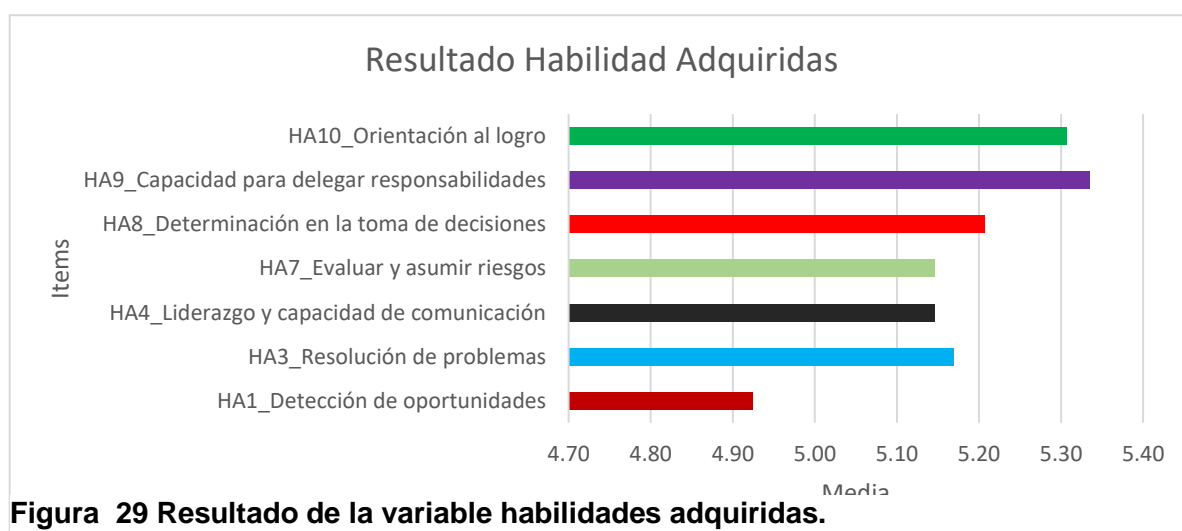


Figura 29 Resultado de la variable habilidades adquiridas.

Fuente. Elaboración propia.

4.3.5 Proceso Enseñanza Aprendizaje.

Para el estudio de esta variable enseñanza aprendizaje no se tomaron en cuenta todos los ítems que conformaban la dimensión en un inicio debido a que mostraban inconsistencia y de los cuales se consideraron solamente: pea1, pea2, pea4; pea5, pea6, pea7; pea8, pea9, pea10; pea13, pea15, que miden la enseñanza del docente y la percepción de aprendizaje por el estudiante universitarios. El promedio general de esta variable es de 5.02, es decir se encuentra no muy debajo de la escala de medida, clasificándose entre indecisos y de acuerdo. Por lo que, el estudiante considera si el docente en su práctica desarrolla métodos, estrategias, actividades, para promover el desarrollo de proyecto empresarial.

Tabla 26 Resultados de Proceso enseñanza aprendizaje.

Ítems	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
PEA1_Competicencias	1.00	7.00	4.9811	1.38702
PEA2_Capacidad Critica	1.00	7.00	5.0519	1.38446
PEA4_Estrategias Educativas	1.00	7.00	5.1038	1.42709
PEA5_Estrateg.Innovac	1.00	7.00	5.0142	1.45217
PEA6_Comprens Memoriz.	1.00	7.00	4.8632	1.42927
PEA7_Trabajo en Equipo	1.00	7.00	5.2594	1.37122
PEA8_Espiritu Empresr.	1.00	7.00	4.9104	1.55057
PEA9_Uso del Dinero	1.00	7.00	4.9575	1.44835
PEA10_Proyectos Empresariales	1.00	7.00	5.0708	1.48920
PEA13_Enseñanza de Respons.	1.00	7.00	4.8821	1.47016
PEA15_Actitud positiva	1.00	7.00	5.1840	1.36619

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 26, la puntuación más baja de 4.86 se refiere si el docente promueve la comprensión sobre la memorización, por otro lado la puntuación más alta con 5.25, los estudiantes consideran que los docentes transmiten estrategias para el trabajo en equipo, en este sentido brindarle al estudiante las actitudes para relacionarse entre un grupo de personas, que pueda adquirir conocimientos y habilidades para la intención de creación de empresa, las

puntuaciones de los ítems que conforman la variable se pueden observar en la figura 30.

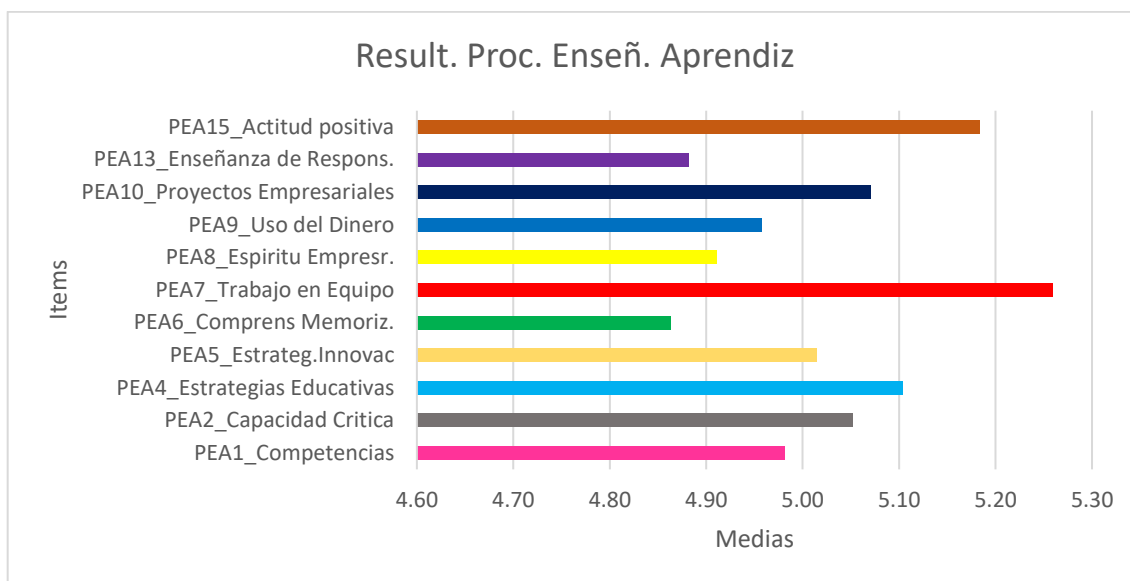


Figura 30 Resultados de Proceso enseñanza aprendizaje.

Fuente. Elaboración propia.

V CAPITULO DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Una vez teniendo los resultados y comprobada la existencia de fiabilidad y validez se continua este apartado de la discusión, el contraste de las hipótesis, los objetivos y así como el contraste de los modelos de la intención emprendedora de acuerdo a la teoría del comportamiento planificado y del modelo del evento emprendedor que tratan el tema de la intención de emprendedora, la investigación se realizó en la Facultad de Ingeniera y Negocios San Quintín en un contexto de zona Rural.

La intención emprendedora forman parte de la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991). En donde menciona que las intenciones son antepuestas ante cualquier tipo de comportamiento planificado y están determinadas por varios factores. Al igual está ligada al modelo del evento emprendedor por Shapero y Sokol (1982). En donde se expone que la decisión de iniciar una actividad emprendedora se requiere una creencia preexistente de que dicha actividad sea anhelada y realizable, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor predominante. El modelo de Liñan (2008) apoya a la teoría del comportamiento planificado solo agregándole a su modelo los aspectos demográficos como intervención positiva para la intención emprendedora.

Todas las intenciones constituyen el grado de compromiso con alguna conducta futura y por tanto predicen y explican dicha conducta (Krueger, 1993). Por lo que las intenciones capturan los elementos motivacionales que inciden sobre una conducta determinada y si son indicadores del grado en que los individuos están dispuestas a poner en marcha dicha conducta (Ajzen, 1991). Por esta razón las intenciones emprendedoras se asume que el paso previo de la conducta de emprender radica en la formación de una intención al respecto.

Ajzen (1991) explica que son tres los determinantes, conceptualmente independientes, de la intención. El primero es la actitud hacia el comportamiento, y tiene que ver con el grado en que una persona tiene una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. El segundo es un factor social que el autor

denomina “norma subjetiva”, se refiere a la percepción de la presión social para realizar o no realizar la conducta.

El tercer determinante es el grado de control conductual percibido, que está relacionado con la facilidad o dificultad percibida de la realización de la conducta (ver figura 2.). De acuerdo con el autor, este concepto es muy compatible con el de “autoeficacia” en la forma como lo plantea Bandura (1977).

En 1994, Krueger y Brazeal elaboraron el modelo de intención emprendedora que denominaron *Entrepreneurship potencial model (EPM)*, Basado en los modelos de Shapero(1982) y Azjen (1991) que integran los conceptos de viabilidad y deseabilidad, en este modelo credibilidad requiere que el comportamiento sea considerado necesario y viable, lo cual influye en la intención de crear una empresa en conjunto con la propensión a actuar determinara el potencial emprendedor. De esta manera la intención emprendedora muestra que una persona que pueda percibir la creación de una empresa es deseable u viable puede que no toma la decisión por falta de un suceso disparador.

El modelo del evento empresarial (Shapero & Sokol, 1982). Justifican que la decisión de iniciar la intención emprendedora requiere presencia preexistente de que dicha actividad es deseable y factible, unida con alguna propensión personal a actuar sobre las oportunidades y algún tipo de factor precipitante.

De igual manera Azjen (1991) con la teoría del comportamiento planificado (TPB). Esta teórica se ha convertido en los últimos años en la teoría psicológica mas ampliamente utilizada para explicar y predecir el comportamiento humano, permite interpretar la intención de emprender, condicionada por el resultado que espera conseguir el emprendedor, las expectativas que en su entorno existe sobre su conducta y la percepción que tenga el emprendedor de su capacidad para controlar y conseguir los resultados de su acción emprendedora.

En estos modelos son altamente similares entre si y ambos sugieren que las intenciones para iniciar un negocios en su mayoría una función de actitudes hacia la creación de empresas (Krueger et al. 2000).

Contraste de las hipótesis del modelo estructural.

Las hipótesis de acuerdo al modelo estructural H0 a H8, así como la evaluación de ajuste del modelo estructural. Los índices que reflejan en relación existente entre las variables permiten contrastar afirmativamente las hipótesis todas con $p < 0.001$, Excepto las hipótesis H2, H6 Y H8 que son las que se rechazan.

En el contraste de las hipótesis H0, H3, H4, H5 se puede confirmar que los antecedentes respecto a la intención emprendedora son la actitud la valoración social, mientras que las hipótesis rechazadas son el contexto universitario donde no tiene influencia significativa sobre la intención de emprender. De igual manera se puede decir que el contexto social de las hipótesis y la actitud son el factor clave para que el estudiante tenga la intención de emprender.

En relación al ajuste global del modelo, las medidas e índices propios del análisis de ecuaciones estructurales se puede afirmar que unos factores son aceptables, aunque no muy buenos probablemente por el contexto de muestra realizada, al igual por utilizar escalas tal y como se emplean en el modelo original.

Dentro de los resultados muestran 52% corresponde al sexo masculino y el 48% al sexo femenino de estudiantes. Así mismo el 25% del total de la muestra son jóvenes de 20 años, mientras que el 4% corresponden a jóvenes de 28, 29,31 y 33 años aunque a pesar de la edad siguen motivándose a terminar sus estudios. Donde 57% de los encuestados se encuentran inscritos en la carrera de licenciados en contaduría, mientras que el 19.3% en la carrera de ingeniero agrónomo y el 18% en la carrera de administración. De acuerdo a los objetivos de la investigación a las características demográficas si influyen para la intención emprendedora, sexo, padres, nivel de educación, ingresos, se puede observar que no influye tanto para realizar la intención emprendedora, a lo que llama la atención es a pesar de tener padres con ingresos muy bajos debido al contexto de zona rural se carece de buenos empleos es decir no se cumple a lo que mencionan estos autores en relación a cuyos padres que tengan ingresos más altos podrían estar en contacto con emprendedores, y por esa vía desarrollar la autoeficacia. Si al igual que si la persona participa en un curso de emprendimiento es de una alta autoeficacia inicial,

sería más difícil ganar mayor eficacia durante el curso para dicha persona, la relación entre la intención emprendedora de los estudiantes, cuyos padres son dueños de empresas versus el resto ha sido estudiada por shapero y sokol (1982 y krueger y Barazael (1994) y Davidsson (1995).

Si bien es cierto no es nada extraño ver que los estudiantes en su mayoría muestren que tengan intenciones de iniciar su empresa en un futuro, una vez finalizando sus carreras a mediano plazo, las investigaciones revelan que esto puede ser debido a su preparación en su vida universitaria. (Loli P. et al., 2010; Terán Rosero y León Gómez, 2010; Alvarado Muñoz y Rivera Martínez, 2011; Salazar-Carvajal et al. 2014).

Por otro lado, aunque se esperaba que los hombres tuvieran mayor intención de emprendimiento que las mujeres, no hubo diferencias, lo que puede deberse a que los estudios que respaldan esta relación se basan principalmente en profesionales y de mayor edad a la muestra, donde posiblemente si la mujer ha formado una familia o tiene hijos, le resulta más seguro o menos riesgoso emplearse en una organización, distinto a lo esperado por Merino y Vargas Chanes (2011) y Salazar Carvajal et al. (2014).

Los resultados muestran que la intención emprendedora no puede ser aceptada en relación al proceso enseñanza aprendizaje, en donde muestra la literatura y afirma que la educación emprendedora genera un efecto positivo sobre el deseo percibido hacia el emprendimiento (Wilson et al. 2007, Lima et al 2014).

Al planteamiento de Azjen (1991 Y shapero (1985). La Valoración social se entiende sobre el comportamiento de la ejecución del mismo. Así, los valores sociales pueden traducirse a las normas subjetivas están dependen que tienen la imagen sobre el comportamiento en este sentido el emprendimiento si se tiene positivo, generara su vez la percepción de conveniencia. A partir de esto la persona podrá evaluar que tan deseables son para crear y gestionar su empresa y que pueden incluir el éxito financiero, la independencia estatus social entre muchos otros. Si el resultado es considerado favorable, procederá analizar sus habilidades individuales, esto es autoeficacia percibida. Dentro de la que pudiera considerarse como control

percibido del comportamiento. Antes de lanzarse a crear la empresa o por lo menos definir la intención para hacerlo.

.
Al igual Habilidades adquiridas y el conocimiento empresarial van relacionadas a la percepción con las que cuenta el estudiante universitario en las capacidades concretas relacionadas a la intención de emprendimiento, (Lucas et al. 2009). En donde se plantearon diversos ítems y donde los resultados nos muestran que consideran la importancia de los conocimientos adquiridos que los ayudara para la toma de decisiones, al igual que la orientación al logro, desarrollo de habilidad y poder evaluar y asumir los riesgos que los ayudara a identificar oportunidades, resolver problemas y en un futuro tener la intención y la capacidad de poder crear su empresa a futuro.

Respecto a la intención emprendedora y valoración social los estudiantes se encuentran decididos en algún día poder iniciar una empresa, si bien estos no descartan a futuro poder emprender ya que no consideran tanto la imagen de la sociedad tiene el emprendedor influir en las decisiones como puede ser familia y amigos. Pero faltaría ver si realmente esta intención se transforma en un hecho en el futuro. Dentro de las habilidades adquiridas e intención emprendedoras es considerada positiva media en su relación es decir que los estudiantes universitarios consideran que las habilidades que adquieren durante su ambiente universitario influye positivamente para llevar a cabo la intención emprendedora.

Capacidad emprendedora e intención emprendedora el contar con contactos, conocimientos empresariales resulta importante ya que al emprender un negocio, así como el en el desarrollo profesional, ayudara a contar con bases o simplemente asumir el riesgo de intentar realizar una empresa. El proceso enseñanza aprendizaje e intención emprendedora por el momento los estudiantes no consideran que los docentes en sus enseñanzas a pesar de promover estrategias, competencias, trabajo en equipo no influyen positivamente para lograr la intención emprendedora.

El modelo propuesto por Liñan (2008) es replicable en Ecuador, con la diferencia de que la valoración cercana familiares amigos aparece como una variable mediadora entre las habilidades y la atracción personal, pero no existe sustento teórico para validarlo.

Los resultados obtenidos en la investigación de Liñan y Chen (2009). Muestran la intención de emprender y la explicación de la aprobación del modelo de intención emprendedora en dos culturas diferentes, con la teoría del comportamiento planificado a la actividad empresarial en donde realizan el contraste con otros países y sus resultados son satisfactorios ya que la mayoría de sus hipótesis se han confirmado a diferencia de esta investigación que hay ciertas hipótesis que se rechazan debido al contexto en el cual se está manejando, las culturas. Los aspectos demográficos variables del capital humano, ejercen su efecto sobre esos antecedentes la existencia de una relación directa entre las variables y la intención emprendedora y el resultado no tuviera mucha significancia. El modelo es válido para los diferentes países. Al igual que en el contexto rural el modelo es válido de la intención emprendedora y con una muestra pequeña ya que las características demográficas y culturas son diferentes y el modelo se acepta y solo hace incapie en mejorar la variable del proceso enseñanza aprendizaje ya que la mayoría de sus hipótesis se encuentran rechazadas.

El modelo propuesto de Intención emprendedora (IE) en este estudio permitió explicar la varianza de la intención emprendedora, en lo que es considerado como viable en el contexto que se presenta, dentro como parte importante del modelo la valoración social la motivación principal de los estudiantes la familia, la opinión de los amigos, a diferencia otras investigaciones realizadas con el modelo de Liñan y Chen. Como por ejemplo lo muestra en los estudios que se realizaron en Colombia y España donde 71.8 % de los estudiantes afirmó tener un miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padres, hermanos, abuelos, tíos o primos). Este porcentaje es más alto que el encontrado

en España (62.1 %), en el estudio realizado por Jaén y Liñán (2013).por ello los resultados obtenidos muestra la fiabilidad y validez aceptable.

Es importante tener en cuenta las implicaciones de los resultados obtenidos sobre Proceso Enseñanza aprendizaje la mayoría de las hipótesis rechazadas se debe incorporar en los planes de formación de profesionales universitarios de cualquier área, aquellos aspectos que puedan estimular o incentivar la creación de empresas: aunque los factores situacionales o contextuales puedan influenciar de forma significativa el emprendimiento, el estimular a los jóvenes a que se sientan capaces de hacerlo, superen sus miedos, desconfianzas y temores al fracaso y tengan una actitud proactiva, puede contribuir positivamente con el hecho que se conviertan en emprendedores.

Las instituciones universitarias deberán sentir la necesidad de dejar a un lado la visión estrictamente contable y económica que se le da a la formación de emprendedores y equilibrarla con la búsqueda del desarrollo de habilidades personales basadas en aspectos psicológicos como vía para influenciar el emprendimiento.

Conclusiones

Finalmente a continuación se presenta las principales conclusiones que fueron obtenidas de esta investigación y así como las posibles líneas futuras que puedan desarrollarse como investigación nivel maestría o doctoral.

Cabe señalar al analizar la intención de los estudiantes universitarios de la Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín encuestados en su mayoría ha respondido en algún momento de su vida tienen la intención de crear su propia empresa y la minoría lo ha pensado vagamente, es importante señalar que solo ciertos estudiantes universitarios lo ven como algo a corto plazo para llevar ese propósito

de crear su empresa. En tal sentido se realizan las conclusiones en base a los resultados obtenidos por la presente investigación.

El resultado de la fiabilidad de las medidas del coeficiente de fiabilidad compuesta que resulta más adecuado que el alfa de Cronbach, ya que no depende del número de atributos asociados a cada concepto (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). El valor mínimo que se considera adecuado para este coeficiente es 0.7 el cual fueron positivos todos fueron arriba de 0.7 (Nunnally, 1978). Por otra parte la varianza media extraída Average Variance Extracted (AVE) refleja la cantidad total de la varianza de los indicadores recogida por la variable latente. Cuanto mayores sean los valores de AVE más representativos son los indicadores de la variable latente en la que cargan. Generalmente, se recomienda que el valor de AVE sea superior 0.5 (Bagozzi & Yi, 1988; Hair et al., 2006). En este estudio, ambas pruebas de fiabilidad pueden considerarse satisfactorias.

Las variables como características demográficas que son, genero, edad, ocupación de los padres, ingresos, no intervienen en la decisión de intención de la creación de una empresa por parte de los estudiantes universitarios.

Los alumnos en los resultados muestran un interés por algún día en realizar su propia empresa, brindan un valor importante mayor a su desarrollo personal que les coadyuva a ser empresarios, consideran importante tener las oportunidades y los recursos necesarios para llevar acabo las ideas de negocios y así como la aprobación de la actitud por parte de amigos y familiares que es decir incluye fuertemente la valoración social.

Lo cual puede decir que los estudiantes encuestados lo que más influencia es la opinión que tiene la familia, amigos y compañeros para poder realizar la intención de crear una empresa.

Los universitarios muestran en su proceso enseñanza aprendizaje que solo cuentan con habilidades necesarias para poder poner realizar trabajos en equipo pero sienten que en su formación no cuentan con las habilidades necesarias para poder realizar la puesta en marcha y mantenimiento de una empresa. En lo que respecta a la formación muestran significancia entre el hecho de pensar seriamente en crear una empresa o el curso en el que se encuentra el estudiante o bien contar con un empleo formal

Los estudiantes no han participado en algún curso relacionado con el emprendimiento dentro de su formación académica ya que consideran que esto ayudaría a mejorar sus conocimientos empresariales tras la realización del mismo, además es sumamente importante que este tipo de cursos deben incluir situaciones reales de la vida empresarial.

Se puede decir que en esta zona rural como lo es San Quintín No existen asociaciones, organismos e inclusive solo existe una incubadora de negocios, el cual no son tan promovidas para poder fomentar la intención emprendedora en dichos estudiantes universitarios, la formación académica no fomenta el emprendimiento como tal para generar esa inquietud en su alumnado pero de acuerdo a Sánchez (2013). Los estudiantes que han participado en programas de educación en emprendimiento han aumentado sus competencias y sus intenciones hacia el autoempleo. Y por contraparte otros estudios muestran que la educación de emprendimiento genera un impacto positivo en las intenciones emprendedoras existen (Gouveia et al., 2008). En tal sentido es un área de oportunidad para que las universidades identifiquen estrategias para fomentar el emprendimiento. Existen programas a nivel nacional como lo es el instituto nacional del emprendedor (INADEM) es el que se encarga de fomentar e impulsar el emprendimiento para la implementación de innovación, competitividad, productividad, consolidación y crecimiento.

Las futuras líneas de investigación, pudiera llevarse en ampliar el estudio al resto de las facultades a nivel estado de la universidad Autónoma de Baja California, para realizar las comparaciones entre las diferentes carreras ofertadas por dicha universidad y así mismo en los diferentes contextos de una zona rural a una ciudad donde existe otra geografía y otro nivel de vida.

También pudiera realizar los estudios por años sucesivos por otras generaciones de estudiantes universitarios, su evolución, su formación, etc. es decir realizar un estudio longitudinal de un grupo de estudiantes desde que inician sus estudios universitarios hasta que finalizan su carrera.

Por ultimo desde el punto de vista personal un mejor conocimiento de los aspectos que incentivan al estudiante a emprender puede contribuir a un buen diseño más adecuado de programas de formación emprendedora que se están impulsando en otras universidades y desde otro tipo de instituciones. Como señala Krueger et al (2000). Promover la intención emprendedora no es solo deseable, sino también posible.

Recomendaciones.

- Implementar iniciativas a tempranas edades y a los jóvenes la importancia del emprendimiento.
- Impartir cursos, pláticas, asesorías, talleres, conferencias y elaboración de planes de negocios.
- Vinculación con las diferentes instituciones ayuden a contribuir en el fomento a la intención emprendedora (INADEM.) (Décaro Santiago & Osnaya Baltierra, 2015).

Anexos



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA de
TAMAULIPAS**



**FACULTAD DE COMERCIO
Y ADMINISTRACIÓN
VICTORIA**

ENCUESTA

Objetivo: Estudiar las actitudes e intenciones hacia la creación de empresas de alumnos universitarios de la facultad de Ingeniería y negocios San Quintín

Instrucciones: Se presentan distintas cuestiones, señale con una **X** según corresponda a cada pregunta. En las escalas de valoración, se le pide que indique su grado de acuerdo con ese enunciado; **(1)** siempre indica **desacuerdo total**, mientras que **(7)** indica **acuerdo total**. Se le pide atentamente seleccionar una sola respuesta en cada pregunta. Las respuestas que no estén claras, favor de consultar con el encuestador.

A) DATOS BIOGRÁFICOS
Sexo M ____ F ____
Edad ____
Estado Civil Casado ____ Soltero ____ Unión Libre ____ Otro (especifique) _____
Ciudad de nacimiento: _____ Ciudad de residencia: _____
Universidad en la que estudia: _____
Unidad académica (FINSQ)
En qué carrera está inscrito: Licenciado en contaduría ____ Licenciado en administración de empresas ____ Ingeniero Agrónomo ____ Ingeniero en computación ____
Usted cursa el semestre: tercer semestre ____ cuarto semestre ____ quinto semestre ____ Sexto semestre ____ séptimo semestre ____ octavo semestre ____
¿Cuál es el nivel de estudios alcanzado hasta ahora por sus padres o tutores? Primaria Bachillerato Formación Profesional Universidad Otros
Padre: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____
Madre: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____
¿Cuál es la ocupación de sus padres o tutores? Empleado Sector privado Funcionario o empleado público Autónomo o empresario Pensionista o retirado Desempleado Otro
Padre: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> _____

Madre:

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

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

Hasta 8000 Entre 8001 y 16000 Entre 16001 y 32000
 Entre 32001 y 64000 De 64001 a mas

¿Qué lugar ocupa entre los hermanos?
 soy hijo(a) único(a) Soy el (a) hermano (a) mayor Soy hermano (a) intermedio Soy el (a) hermano menor

B) Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la actividad empresarial desde 1 (desacuerdo total) a 7 (acuerdo total).

	Desacuerdo Total					Acuerdo Total	
	1	2	3	4	5	6	7
Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mi	1	2	3	4	5	6	7
La carrera de empresario me resulta muy atractiva	1	2	3	4	5	6	7
Mis amigos aprobarían mi decisión de crear una empresa	1	2	3	4	5	6	7
Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser empresario	1	2	3	4	5	6	7
Creo que sería totalmente capaz de crear una empresa viable	1	2	3	4	5	6	7
Me esforzare para crear y dirigir mi propia empresa	1	2	3	4	5	6	7
Puedo mantener bajo control el proceso de creación de una empresa	1	2	3	4	5	6	7
Mi familia más directa aprobaría mi decisión de crear una empresa	1	2	3	4	5	6	7
Estoy decidido a crear una empresa algún día	1	2	3	4	5	6	7
Si tuviese la oportunidad y los recursos, me encantaría crear una empresa	1	2	3	4	5	6	7
Mis compañeros aprobarían mi decisión de crear una empresa	1	2	3	4	5	6	7
Entre varias opciones, preferiría ser empresario antes que otra cosa	1	2	3	4	5	6	7
Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	1	2	3	4	5	6	7
Si tratase de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de lograrlo	1	2	3	4	5	6	7
Ser empresario me supondría una gran satisfacción	1	2	3	4	5	6	7
Me resultaría muy fácil sacar adelante un proyecto empresarial	1	2	3	4	5	6	7
Mi objetivo profesional es ser empresario	1	2	3	4	5	6	7
Ser empresario me reportaría más ventajas que inconvenientes	1	2	3	4	5	6	7

Tengo muchas intenciones de crear una empresa algún día	1	2	3	4	5	6	7
Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa	1	2	3	4	5	6	7

C) Considerando todas las ventajas e inconvenientes (económicas, satisfacción personal, reconocimiento social, seguridad laboral, etc) señale su grado de Atracción por cada una de las siguientes opciones profesionales desde 1 (mínima atracción) a 7 (máxima atracción).

	Mínima atracción						Máxima atracción
	1	2	3	4	5	6	7
Empleado							
Empresario							

D) Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la Valoración Social del empresario, desde 1 (desacuerdo total) a 7 (acuerdo total).

	Desacuerdo Total					Acuerdo Total	
	1	2	3	4	5	6	7
Mi familia directa valora la actividad empresarial por encima de otras							
La cultura de mi país es muy favorable a la actividad empresarial							
El papel del empresario en la economía está muy reconocido en mi país							
Mis amigos valoran la actividad empresarial por encima de otras							
La mayoría de las personas en mi país consideran aceptable ser empresario							
En mi país se considera que la actividad empresarial merece la pena, a pesar de los riesgos							
Mis compañeros valoran la actividad empresarial por encima de otras							
En mi país se tiende a pensar que los empresarios apoyan a los demás							

E) ¿Cree que tiene un nivel suficiente de las siguientes capacidades específicas para ser empresario? Señale de 1 (desacuerdo total) a 7 (acuerdo total).

	Desacuerdo Total					Acuerdo Total	
	1	2	3	4	5	6	7
Detección de oportunidades							
Creatividad							
Resolución de problemas							
Liderazgo y capacidad de comunicación							

Desarrollo de nuevos productos y servicios	1	2	3	4	5	6	7
Establecimiento de relaciones y contactos profesionales	1	2	3	4	5	6	7
Evaluar y asumir riesgos	1	2	3	4	5	6	7
Determinación en la toma de decisiones	1	2	3	4	5	6	7
Capacidad para delegar responsabilidades	1	2	3	4	5	6	7
Orientación al logro	1	2	3	4	5	6	7

F) ¿Ha considerado Ud. Alguna vez seriamente convertirse en empresario?

Sí	
No	

G) ¿Ha estado alguna vez autoempleado (autónomo o empresario)?

Sí	
No	

En caso afirmativo:

a. ¿Cuánto tiempo? (número de años) _____

b. ¿Cuánto hace que lo dejó? (número de años, si aún lo está indique 0) _____

H) CONOCIMIENTO EMPRESARIAL

¿Conoce personalmente a uno o más empresarios?

Sí	
No	

En caso afirmativo, señale cuál es su relación con ellos y valore las siguientes cuestiones desde 1 (en ninguna medida) a 7 (completamente).

			En ninguna Medida						
			1	2	3	4	5	6	7
	Familiar	¿En qué medida conoce su actividad como empresario?	1	2	3	4	5	6	7
		¿En qué medida puede considerarse un "buen empresario"?	1	2	3	4	5	6	7
	Amigo	¿En qué medida conoce su actividad como empresario?	1	2	3	4	5	6	7
		¿En qué medida puede considerarse un "buen empresario"?	1	2	3	4	5	6	7

	Jefe	¿En qué medida conoce su actividad como empresario?	1	2	3	4	5	6	7
		¿En qué medida puede considerarse un "buen empresario"?	1	2	3	4	5	6	7
	Otro _____	¿En qué medida conoce su actividad como empresario?	1	2	3	4	5	6	7
		¿En qué medida puede considerarse un "buen empresario"?	1	2	3	4	5	6	7

Señale cuál es su grado de conocimiento de asociaciones, organismos y medidas de apoyo empresarial desde 1 (desconocimiento absoluto) a 7 (perfecto conocimiento).

Asociaciones y organismos

	Desconocimiento absoluto			Perfecto conocimiento			
	1	2	3	4	5	6	7
Asociaciones privadas	1	2	3	4	5	6	7
Organismos públicos	1	2	3	4	5	6	7
Departamentos universitarios o de Instituciones de educación superior	1	2	3	4	5	6	7
Medidas de formación específica para jóvenes empresarios	1	2	3	4	5	6	7
Préstamos en condiciones especialmente favorables	1	2	3	4	5	6	7
Ayuda técnica para iniciar el negocio	1	2	3	4	5	6	7
Centros viveros de empresas	1	2	3	4	5	6	7

I) OBJETIVO EMPRESARIAL

Si Ud. Llegase a crear una empresa, ¿qué tamaño le gustaría que alcanzase (en número de trabajadores)?

Autónomo (Sin trabajadores)	
Microempresa (Hasta 10 empleados)	
Pequeña (10 a 50 empleados)	
Mediana (50 a 250 empleados)	
Grande (más de 250 empleados)	

¿En qué medida considera Ud. Que los siguientes resultados se corresponden con el éxito empresarial? Señale de 1 (en ninguna medida) a 7 (totalmente).

	En ninguna medida			Totalmente			
	1	2	3	4	5	6	7
Competir a gran nivel en los mercados mundiales	1	2	3	4	5	6	7
Alcanzar un alto nivel de ingresos	1	2	3	4	5	6	7

Realizar el tipo de trabajo que realmente me gusta	1	2	3	4	5	6	7
Lograr un gran reconocimiento social	1	2	3	4	5	6	7
Contribuir a resolver los problemas de la sociedad	1	2	3	4	5	6	7
Mantener viva la empresa	1	2	3	4	5	6	7
Mantener un ritmo de crecimiento positivo	1	2	3	4	5	6	7

Señale de 1 (nada importante) a 7 (muy importante)

¿Qué tan importante sería para usted el desarrollo continuado de su empresa?	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

¿En qué medida llevaría a cabo las siguientes actividades para el desarrollo de su empresa? Señale de 1 (en ninguna medida) a 7 (en gran medida).

	En ninguna medida						En gran medida
Exportar una parte significativa de la producción	1	2	3	4	5	6	7
Introducir regularmente nuevos productos para mis clientes	1	2	3	4	5	6	7
Introducir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción	1	2	3	4	5	6	7
Desarrollar proyectos de Investigación y desarrollo (I+D)	1	2	3	4	5	6	7
Planificar con detalle las distintas áreas del negocio	1	2	3	4	5	6	7
Establecer acuerdos de colaboración o alianzas con otras empresas	1	2	3	4	5	6	7
Impartir formación especializada para sus empleados	1	2	3	4	5	6	7
Ampliar su empresa (personal, establecimientos, etc.)	1	2	3	4	5	6	7

J) Dentro de su proceso de formación a nivel superior considera que el plan de estudios de la carrera que cursa, el personal docente y el proceso enseñanza aprendizaje contribuyen al desarrollo de capacidades y del espíritu emprendedor que le conduzcan a visualizarse como empresario. Señale de 1 (desacuerdo total) a 7 (acuerdo total).

	Desacuerdo Total						Acuerdo Total
	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes trabajan con un currículo de competencias	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes desarrollan la capacidad crítica del alumno de entender y manejar los estándares y autoevaluarse con criterios y ejemplos explícitos.	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes realizan preguntas relevantes que orientan y estimulan la reflexión de los alumnos.	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes utilizan estrategias educativas que fomenten la creatividad	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes utilizan estrategias educativas que fomentan la innovación	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes promueven la comprensión sobre la memorización	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes utilizan estrategias educativas que fomentan el trabajo en equipo	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes promueven el espíritu empresarial	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes propician la reflexión sobre el uso del dinero	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes promueven el desarrollo de proyectos emprendedores	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes emplean simuladores empresariales	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes se coordinan para que los proyectos finales sean globalizados e interdisciplinarios	1	2	3	4	5	6	7
Los docentes diseñan actividades de aprendizaje para promover la justicia por medio de la organización equitativa de tareas, donde cada estudiante asume sus responsabilidades, priorizando el bien común a sus propios intereses.	1	2	3	4	5	6	7
El proceso enseñanza aprendizaje promueve la reflexión sobre las consecuencias positivas y negativas de los actos sobre la vida de los demás	1	2	3	4	5	6	7

El proceso enseñanza aprendizaje me ha permitido aprender de mis compañeros y aceptar trabajar con personas diferentes desde una actitud de respeto y colaboración activa	1	2	3	4	5	6	7
El proceso enseñanza aprendizaje me ha permitido valorar la rentabilidad de una actividad y cómo sacar beneficio para mejorar y responder a necesidades que se plantean en la vida cotidiana	1	2	3	4	5	6	7
El proceso enseñanza aprendizaje me ha ayudado a llevar a cabo ideas creativas con realismo y eficacia, planificando cómo hacer una cosa detrás de otra y siendo constante a pesar de las dificultades	1	2	3	4	5	6	7
El proceso enseñanza aprendizaje me ha permitido reconocer mis errores y mis aciertos e identificar formas de hacer las cosas mejor la próxima vez	1	2	3	4	5	6	7

Gracias por su valiosa colaboración.

AVISO DE PRIVACIDAD: Los datos proporcionados a través de este instrumento al llamado investigador, serán estrictamente confidenciales y bajo ninguna circunstancia podrán utilizarse por otro fin que no sea el estadístico, dichos datos estarán resguardados por el llamado investigador en una base de datos en el sistema estadístico utilizado con licencia correspondiente en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Baja California.

ACEPTO

Referencias.

Aguirre, I. (23 de agosto de 2013). *Forbes*. Recuperado el 26 de abril de 2016, de <http://www.forbes.com.mx/potencializando-el-emprendedurismo-y-su-impacto-economico/>

Alcaraz , R. (2015). *El Emprendedor del Exito* . Mexico: Mc Graw Hill.

Alcaraz Roridguez , R. E. (2015). *El emprendedor de exito (quinta edicion)*. mexico : Mc Graw Hill.

Alcaraz, R. (2014). *El emprendedor de exito*. Mexico: Mc Graw Hill.

Alonso, M., & Glave , C. (julio de 2008). El emprendedor y la empresa una revisio teorica determinantes para su constitucion. *Acciones e investigaciones sociales* , 14.

Alvarado Muñoz, O. y Rivera Martínez, W. F. (enero-junio, 2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. Cuadernos de Administración, 27(45), 61-74. Recuperado de <http://dintev.univalle.edu.co/revistasunivalle/index.php/cuadernosadmin/article/view/617/629>

Anzola rojas , S. (s.f.). La verdadera cultura Emprendedora. *diplomado para jovenes* . mexico .

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*50, 179-211

Aptitud y Actitud. (19 de julio de 2015). Recuperado el 19 de 08 de 2016, de documents.com: <http://documents.mx/documents/actitud-y-aptitud-55ab588777d39.html>

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84 (2) , 191-215
- Bolaños, R. (junio de 2006). Impacto del Modelo a imitar en la intencion de crear una Empresa . *Estudios de economia aplicada* , 24-2, 491-508.
- Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Avinguda de la Universitat*, 81-103.
- Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Alvarez, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of technology management & Innovation*, 8. Recuperado el 2017 de 03 de 15, de <http://www.scielo.cl/pdf/jotmi/v8n1/art07.pdf>
- Castro, J., Barrenechea, J., & Ibarra, A. (diciembre de 2011). Cultura Emprendedora Innovacion y Copetencia. *ARBOR ciencia, pensamiento y cultura* , 187, 209.
- Chavarro, D. A., & Orozco, L. A. (03 de septiembre de 2008). Universidad y Emprendimiento. *Hallazgos*, 65-97.
- Coplade. (2015). *COPLADE*. Recuperado el 22 de 07 de 2016, de Programa para la Atención de la Región de San Quintín: <http://www.bajacalifornia.gob.mx/portal/doctos/Programa%20para%20la%20Atencion%20de%20la%20Region%20de%20San%20Quintin%202015-2019.pdf>
- Corduras , A. (2006). La motivacion para emprender en España. *Vasca de economia*, 14.
- Cupani, M. (2012). Análisis de Ecuaciones Estructurales. *Tesis(1)*, 186-199.
- Chang Castillo, H. G. (enero de 2010). EL MODELO DE LA TRIPLE HÉLICE COMO UN MEDIO PARA LA VINCULACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD Y EMPRESA. *Revista Nacional de Administracion*, 85-94

- Décaro Santiago, L., & Osnaya Baltierra, S. (marzo de 2015). actividad emprendedora en mexico y sus retos. *obserbatorio de la economia latinoamericana*.
- Díaz, J., Urbano, D., & Hernández, R. (2005). TEORÍA ECONÓMICA INSTITUCIONAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(3), 209-230.
- Española, R. A. (octubre de 2014). *Diccionario de la lengua española (22.a ed.)*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- Espiritu, R., & Sastre , M. (09 de septiembre de 2007). *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.
- Espiritu, R., Gonzalez , R., & Alcaraz , E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedora: un analisis explicativos con estudiantes universitarios. *cuadernos de estudios empresariales*, 22,29-53.
- Espiritu, R., Gonzalez , R., & Alcaraz, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras. *cuadernos de estudios empresariales*, 22, 22.
- Facultad de Ingenieria y Negocios San Quitin*. (15 de diciembre de 2015). Recuperado el 29 de 07 de 2016, de Reseña historia: <http://finsq.ens.uabc.mx/resena.php>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires Argentina.
- .
- Fundación Wikimedia*,. (2016 de julio de 2016). Recuperado el 24 de agosto de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Actitud>

- Galve G, C., & Alonso Nuez, M. J. (julio de 2008). El emprendedor y la empresa: una revision teorica de los determinantes a su constitucion. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5-44.
- garcia, garza, saenz , & sepulveda. (2002). *Formacion de emprendedores*. continental.
- Garcia, Garza, Saenz, & Sepulveda. (2002). *Formacion de emprendedores*. Mexico: continental.
- Gonzalez , R. F., Alcaraz vera , E., & Espiritu, R. (2012). Desarrollo de competencias emprendedora. *cuadernos de estudios empresariales*, 22, 22-53.
- Gouveia, R., Dinis, A., do Paço, A., Ferreira, J., & Raposo, M. (2012). "The Effect of an Entrepreneurial Training Programme on Entrepreneurial Traits and Intention of Secondary Students". T. Burger-Helmchen (Ed.), *Entrepreneurship - Born, Made and Educated*, InTech (pp. 77–92
- Graña , F., & de Rearte, A. (s.f.). El proceso de creación de empresas elementos conceptuales. En F. G. Rearte.
- Gutierrez , R., Walter , Sepulveda, & Ines . (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: un analisis de los factores determinantes. *venezolana de gerencia*(73), 33-49.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. (2007). *Analisis multivariante* . España : pearson .
- Hernandez , Rodriguez , Sergio, & Jorge . (2001). *Introduccion a la administracion teoria general administrativa: origen, evolucion y vanguardia* (5a.ed.). Mexico: McGraw-Hill .

INEGI. (2014). Recuperado el 28 de 07 de 2016, de Actividades Economicas :
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/BC/Economia/default.aspx?tema=ME&e=02>

INEGI. (2015). Recuperado el 27 de 07 de 2016, de Educacion:
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/bc/poblacion/educacion.aspx?tema=me>

Instituto nacional del Emprendedor . (2015). Recuperado el 2016 de Agosto de 18,
de INADEM : <https://www.inadem.gob.mx/index.php/que-es-inadem>

ITESM, Agencia informativa. (03 de 02 de 2015). *Crece el emprendimiento en Mexico, revela el estudio GEM presentado en el Tec de Monterrey*.
Recuperado el 2016 de 05 de 03, de
http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/negocios/tec_presentaciongem2014

Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios:.
Dimensiones empresariales , 9(1), 28-40.

Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1),5-21

Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions" *Journal of business venturing*, 15(5), 411-43

La actitud emprendedora durante la vida academica de los estudiantes universitarios. (02 de septiembre de 2007). *cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95-116.

Lima, E., R. Lopes, V. Nassif, y D. da Silva, Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033-1051, (2015).

Liñán, Francisco, and Yi-Wen Chen. "Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice* 33.3 (2009): 593-617.

Loli P., A. E., Dextre J., E., Del Carpio G., J. y La Jara G., E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de Investigación en Psicología*, 13(2), 139- 151. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v13_n2/pdf/a09v13n2.pdf

Lucas, W. A.; Cooper, S. Y.; Ward, T. & Cave, F. 2009, "Industry placement, authentic experience and the development of venturing and technology selfefficacy". *Technovation*, vol. 29 (11), pp. 738-752.

mapa San Quintin . (s.f.). Recuperado el 30 de 07 de 2016, de https://www.google.com.mx/search?q=imagen+baja+california&biw=1366&bih=623&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjHu5-LqaTOAhVT42MKHdi7B2UQ_AUIBigB#tbm=isch&q=san+quintin+baja+california+mapa&imgc=eMgR7s1ayrlvxM%3A

Martinez , F. (2009). Programa socioeducativo para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los joivenes. *Iberoamericana de Educacion*, 50(5).

Mendoza González, M. D. (16 de febrero de 2016). *Emprendimiento en mexico*. Recuperado el 26 de abril de 2016, de <http://conaci.org.mx/blogConaci/index.php/2016/02/02/emprendimiento-en-mexico/>

Merino, M. y Vargas Chanes, D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia*, Revista

Latinoamericana de Administración, (46), 38-54. Recuperado de <http://132.248.9.34/hevila/AcademiaRevistalatinamericanadeadministracion/2011/no46/3.pdf>

Mollo , G. (julio de 2008). El espíritu emprendedor en la formación de nuevos profesionales. 12.

Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory. Nueva York: McGraw-Hill

Oosorio, F., & Pereira , F. (03 de noviembre de 2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento una mirada desde la teoría social cognitiva. *cuadernos de administracion* .

Osorio Tinoco , F. F., & Pereira Laverde , F. (2011). hacia un modelo de la educación para el emprendimiento: una mirada desde social cognitiva . *cuadernos de administracion* , 24(43), 13-33.

Peralta, E. (09 de febrero de 2010). *Estudio San Quintin* . Recuperado el 2016 de 07 de 26, de <http://estudiosanquintin.blogspot.mx/2010/02/estudio-san-quintin.html>

Piedrahita , C. A. (12 de junio de 2010). *emprendimiento* . Recuperado el 2016 de agosto de 25, de gerencia.com: <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>

Programas de apoyo para emprendedores y Mipymes. (2014). Recuperado el 25 de 07 de 2016, de Sedeco Baja California : <http://www.bajacalifornia.gob.mx/sedeco/cde/index.html>

Ramirez , J., Almanza , A., & Negrete , C. (s.f.). Actitud Emprendedora En la Universidad de Guanajuato Mexico . Guanajuato.

Real academia Española . (2016). Recuperado el 2016 de Agosto de 21, de diccionarios : <http://www.rae.es/>

Ribeiro , D., Roig, S., & Alicia. (AGOSTO de 2013). El emprendedor social. *Economía pública y social y cooperativa ISSN*, 37-52.

Rodriguez, A. (abril de 2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *pensamiento y gestion* (26), 96,97.

Romero , M. (2015). *COPARMEX*. Recuperado el 2016 de Agosto de 21, de Comision de Empresarios juvenes: http://www.coparmex.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=220&Itemid=800

Ruiz, M., Cabeza, D., & Briano, G. (11 de 06 de 2012). UNIVERSIDAD Y EMPREDIMIENTO: UN CASO DE ESTUDIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UGR. *Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*, 1, 144-157. Recuperado el 15 de 03 de 2017, de <http://www.ugr.es/~miguelgr/ReiDoCrea-Vol.1-Art.20-Ruiz-Cabeza-Briano.pdf>

Salazar-Carvajal, P. F., Herrera-Sánchez, I. M., Rueda-Méndez, S. y León-Rubio, J. M. (mayo, 2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de Psicología*, 30(2), 549-559. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.2.159281>

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Shapero, A. T. (1985). *The entrepreneurial event*. Ohio: College of Administrative Science, Ohio State University

Secretaria de desarrollo economico . (2014). Recuperado el 2016 de Agosto de 21, de apoyo a emprendedores y mipymes : <http://www.bajacalifornia.gob.mx/sedeco/cde/index.html>

Terán Rosero, A. C. y León Gómez, G. (enero-junio, 2010). Visión del emprendimiento desde el Estado y la universidad: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(23), 119-129. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasestrategicas/article/view/568/508>

Universidad Autónoma de Baja California . (julio de 2016). Recuperado el 2016 de Agosto de 24, de Cimarrones Emprendedores : <http://www.uabc.edu.mx/vinculacion/cimarronesemprendedores.php>

Valencia , A., Cadavid , L., Rios, D., & Awad , E. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Gerencia*, 17(57), 132-148.

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

Velasco , L. (agosto de 2011). Identidad regional y actores: una experiencia de intervención sociológica en el valle de San Quintín, Baja California. *region y sociedad* , 23(51), 51.

Wikipedia. (2016 de 07 de 2016). Recuperado el 02 de 08 de 2016, de Licencia Creative Commons: https://es.wikipedia.org/wiki/Baja_California

Wikipedia. (2016 de 07 de 2016). Recuperado el 28 de 07 de 2016, de localidades del estado de baja california: [https://es.wikipedia.org/wiki/San_Quint%C3%ADn_\(Baja_California\)](https://es.wikipedia.org/wiki/San_Quint%C3%ADn_(Baja_California))

Wilson, F., J. Kickul, y D. Marino, Gender, Entrepreneurial Self Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387406 (2007).