

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA, PROPENSIÓN
AL RIESGO, MOTIVACIÓN Y LOCUS DE CONTROL
INTERNO COMO PREDICTORES DE LA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ALUMNOS
DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM
ATLACOMULCO

TRABAJO TERMINAL DE GRADO
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

PRESENTA

TANIA HERNÁNDEZ ALCÁNTARA

DR. EN I. P. Y ED. ARTURO ENRIQUE OROZCO VARGAS

TUTOR ACADÉMICO

NOVIEMBRE, 2022

Resumen

En la presente investigación se analiza la relación que existe entre la intención emprendedora (Variable de criterio) y los predictores de la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus del control interno en los estudiantes de la Licenciatura en Administración y Contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Se tuvo por objetivo examinar la influencia de dichos predictores psicocognitivos en estos participantes con la finalidad de proponer un plan de acción que contribuya a fomentar el emprendimiento en los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco. El método consistió en un estudio de tipo exploratorio y cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y correlacional donde se aplicó un cuestionario integrado por distintas escalas las cuales midieron la intención emprendedora, la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus de control. La población objeto de estudio constó de 185 estudiantes de las licenciaturas en administración y contaduría. Para lograr el objetivo de esta investigación, se empleó un análisis de regresión múltiple incluyendo a la intención emprendedora como variable de criterio. Los resultados obtenidos indicaron que once de las trece dimensiones que conformaban los cuatro predictores presentaron relaciones estadísticamente significativas con la intención emprendedora. La dimensión que mayor impacto tuvo fue la de definir objetivos, seguido de la motivación.

Con los datos obtenidos en esta investigación se propone un plan de acción que tiene como finalidad fomentar la intención emprendedora en los alumnos de la licenciatura en contaduría y administración. Específicamente, se plantean estrategias encaminadas a mejorar los planes de estudio con el propósito de fortalecer la intención emprendedora. Una segunda propuesta expone la pertinencia de analizar algunas unidades de aprendizaje, encaminadas a desarrollar la intención emprendedora, que se imparten en otras universidades mexicanas. Finalmente se propone retomar la importancia de la Incubadora de Empresas UAEM Atlacomulco con miras al desarrollo potencial de los estudiantes en la puesta en marcha de negocios innovadores y con transcendencia social.

Abstract

In the present research, the relation between entrepreneurial intention (criterion variable) and the predictors of entrepreneurial self-efficacy, propensity for risk, motivation, and the locus of internal control among undergraduate students of Administration and Accounting at the UAEM Atlacomulco University Center is analyzed. The objective was to examine the influence of these psychocognitive predictors on these participants in order to propose an action plan that contributes to promoting entrepreneurship in the students of the UAEM Atlacomulco University Center. The method consisted of an exploratory and quantitative study, with a non-experimental, cross-sectional and correlational design, where a questionnaire composed of different scales was applied, which measured entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy, propensity for risk, motivation, and locus of control. The population under study consisted of 185 students of the administration and accounting programs. To achieve the objective of this research, a multiple regression analysis was used including entrepreneurial intention as a criterion variable. The results obtained indicated that eleven of the thirteen dimensions that made up the four predictors presented statistically significant relations with entrepreneurial intention. The dimension that had the greatest impact was defining objectives, followed by motivation.

With the data obtained in this research, an action plan is proposed that aims to promote entrepreneurial intention in the students of the accounting and administration programs. Specifically, strategies aimed at improving study plans are proposed with the purpose of strengthening entrepreneurial intention. A second proposal exposes the relevance of analyzing some learning units, aimed at developing entrepreneurial intention, which are taught in other Mexican universities. Finally, it is proposed to retake the importance of the UAEM Atlacomulco Business Incubator with a view to the potential development of students in the start-up of innovative businesses with social transcendence.

Índice

Introducción.....	I
Capítulo I. Emprendimiento.....	11
1.1. El emprendimiento y su importancia	11
1.1.1. Historia del emprendimiento	11
1.1.2. Definición de emprendimiento	12
1.1.3. Importancia del emprendimiento.....	14
1.2. El emprendimiento desde la perspectiva de la educación.....	16
1.3. El emprendimiento desde la perspectiva social.....	20
1.4. El emprendimiento desde la perspectiva psicológica.	20
1.5. El emprendimiento desde la perspectiva económica.	21
1.6. Comportamiento emprendedor a partir de las actitudes.....	21
1.7. El Centro Universitario UAEM Atlacomulco.....	22
1.7.1. Filosofía del Centro Universitario UAEM Atlacomulco	23
1.8. Planteamiento del problema.....	25
1.8.1. Objetivos de la investigación	25
1.8.2. Pregunta de investigación.....	26
1.9. Justificación.....	26
Capítulo II. Intención emprendedora	29
2.1. Intención emprendedora	29
2.1.1. Antecedentes de la intención emprendedora	29
2.1.2. Generalidades de la intención emprendedora	31
2.2. Teorías que explican la intención emprendedora	33
Capítulo III. Predictores de la intención emprendedora.....	36
3.1. Predictores que determinan la intención emprendedora	36
3.1.1. Autoeficacia emprendedora	36
3.1.2. Propensión al riesgo	39
3.1.3. Motivación	43
3.1.4. Locus de control interno.....	47
Capítulo IV. Metodología.....	50
4.1. Hipótesis	50
4.2. Diseño de investigación	50

4.3. Participantes	51
4.4. Instrumentos de medición y operacionalización de variables.....	53
4.5. Procedimiento de recolección de datos.....	62
4.6. Técnica de análisis de datos	63
Capítulo V. Análisis y resultados	64
5.1. Resultados descriptivos	64
5.2. Prueba de hipótesis.....	82
5.3. Diagnóstico	83
Capítulo VI. Propuesta para incrementar la intención emprendedora en los alumnos de Administración y Contaduría del Centro Universitario UAEM Atacomulco	87
6.1. Primera propuesta.....	88
6.2. Segunda propuesta	102
6.3. Tercera propuesta	105
Referencias	108

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de los alumnos de la Licenciatura en Contaduría y Administración.....	51
Tabla 2. Información demográfica de los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco	52
Tabla 3. Distribución de reactivos por instrumento.....	53
Tabla 4. Dimensiones de la intención emprendedora.....	54
Tabla 5. Reactivos de la intención emprendedora.....	54
Tabla 6. Dimensiones de la autoeficacia emprendedora	55
Tabla 7. Reactivos de la autoeficacia emprendedora.....	55
Tabla 8. Dimensiones de propensión al riesgo.....	57
Tabla 9. Reactivos de la propensión al riesgo.....	57
Tabla 10. Dimensiones de la motivación	60
Tabla 11. Reactivos de la motivación.....	60
Tabla 12. Dimensiones de locus de control.....	61
Tabla 13. Reactivos del locus de control	61
Tabla 14. Media y desviación estándar de las dimensiones de los predictores y la variable de criterio	64
Tabla 15. Prueba t.....	71
Tabla 16. Estadísticos descriptivos y correlaciones bivariadas.	81
Tabla 17. Predictores de la intención emprendedora	82
Tabla 18. Programas de estudio propuestos y su contenido	98
Licenciatura en Administración.....	98
Tabla 19. Las unidades de aprendizaje encaminadas a desarrollar la intención emprendedora en otras Universidades mexicanas.....	102

Índice de gráficas

Gráfica 1. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora.....	65
Gráfica 2. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados ...	65
Gráfica 3. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador...	66
Gráfica 4. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos	66
Gráfica 5. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos	67
Gráfica 6. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar una conducta estratégica.....	67
Gráfica 7. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo	68
Gráfica 8. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder.....	68
Gráfica 9. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo.....	69
Gráfica 10. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas	69
Gráfica 11. Puntuaciones obtenidas en la motivación	70
Gráfica 12. Puntuaciones obtenidas en la dimensión de Influencia de otros.....	70
Gráfica 13. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte	71
Gráfica 14. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora (hombres)	72
Gráfica 15. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora (mujeres).....	72
Gráfica 16. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar oportunidades (hombres)	73
Gráfica 17. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar oportunidades (mujeres)	73
Gráfica 18. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador (hombres)	73
Gráfica 19. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador (mujeres)	73
Gráfica 20. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos (hombres)	74
Gráfica 21. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos (mujeres)..	74
Gráfica 22. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados (hombres)	75
Gráfica 23. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados (mujeres)	75
Gráfica 24. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos (hombres)	75
Gráfica 25. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos (mujeres)	75

Gráfica 26. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollo de una conducta estratégica (hombres)	76
Gráfica 27. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollo de una conducta estratégica autónoma (mujeres).....	76
Gráfica 28. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo (hombres)	76
Gráfica 29. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo (mujeres)	76
Gráfica 30. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder (hombres) .	77
Gráfica 31. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder (mujeres)...	77
Gráfica 32. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo (hombres).....	77
Gráfica 33. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo (mujeres)	77
Gráfica 34. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas (hombres).....	78
Gráfica 35. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas (mujeres)	78
Gráfica 36. Puntuaciones obtenidas en la motivación (hombres).....	78
Gráfica 37. Puntuaciones obtenidas en la motivación (mujeres).....	78
Gráfica 38. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Influencia de otros (hombres)	79
Gráfica 39. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Influencia de otros (mujeres)	79
Gráfica 40. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte (hombres).....	79
Gráfica 41. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte (mujeres).....	79

Índice de Diagramas

Diagrama 1. Mapa Curricular de la Licenciatura en Administración, 2018	91
Diagrama 2. Distribución de las Unidades de Aprendizaje Optativas.....	92
Diagrama 3. Propuesta Mapa Curricular de la Licenciatura en Administración	93
Diagrama 4. Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría, 2018	95
Diagrama 5. Distribución de las Unidades de Aprendizaje Optativas.....	96
Diagrama 6. Propuesta Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría.....	97

Índice de figuras

Figura 1: Modelos educativos de emprendimiento	18
Figura 2. Teoría del Comportamiento Panificado (TCP).....	31
Figura 3. Proceso de la Intención Emprendedora	32

Introducción

El emprendimiento es parte medular de la economía de los países, pues contribuye al desarrollo de las regiones y generación de empleos. La importancia de fomentar la intención emprendedora tiene como finalidad lograr que los estudiantes de nivel superior en conjunto con las universidades tengan una visión de autoempleo, mediante proyectos novedosos, creando valor para los mercados.

Se dice que la intención emprendedora se puede reconocer como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio, donde se debe tener en cuenta una planificación consciente para su puesta en marcha a futuro (Soria, et. al. 2015). Para Osorio y Londoño (2013) la intención emprendedora tiene que ver con un estado mental que manifiestan los individuos en favor de la creación de un nuevo negocio. En primera instancia para que el individuo pueda convertirse en fundador de una empresa se debe ser emprendedor; es decir, el proceso subyace al surgimiento de la intención emprendedora.

La Universidad Autónoma del Estado de México es una institución pública, moderna e innovadora comprometida con su comunidad y la sociedad, reconocida por su excelencia académica que incorpora nuevas estrategias de enseñanza-aprendizaje. Por tanto, el Centro Universitario UAEM Atlacomulco está alineado a esta visión. Cabe señalar que también tiene como finalidad impulsar a la actividad emprendedora de su comunidad estudiantil, a través de sus programas de estudio y de la Red de Incubadoras de Empresas.

Lo anterior destaca la importancia de este estudio que se llevó a cabo en Centro Universitario UAEM Atlacomulco, con los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del sexto y octavo semestre. Dicho análisis se realizó con la finalidad de desarrollar un plan de acción que fomente la intención emprendedora en los estudiantes.

Para lograr el objetivo planteado se llevó a cabo un estudio exploratorio y cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y correlacional donde se aplicó un cuestionario integrado por distintas escalas las cuales midieron la intención emprendedora, la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus de control. La escala de la intención emprendedora consistió en 4 reactivos. La autoeficacia emprendedora formada por 7 dimensiones con 37 reactivos. La propensión al riesgo fue medida por 3 dimensiones 30 reactivos. La motivación constó de 5 reactivos y finalmente el locus de control de 2 dimensiones y 24 reactivos. Los resultados obtenidos fueron analizados arrojando así un diagnóstico tanto de intención emprendedora como cada una de las dimensiones, además se analizó la relación entre las variables. Con base al diagnóstico se desarrolló una propuesta donde se determinaron acciones orientadas a promover la intención emprendedora.

La investigación se integra de las siguientes partes. En el capítulo I se presentan el emprendimiento y las perspectivas de este; se describe el contexto en donde se aplicó la investigación y la situación actual del mismo; además de plantea el problema de investigación. En el capítulo II se conceptualiza la intención emprendedora y sus teorías. El capítulo III define los predictores de la intención emprendedora. Para el capítulo IV se integró la metodología, donde se describe el método de investigación, el instrumento de medición y las características la población participante. En el capítulo V se presentan los resultados descriptivos, prueba de hipótesis y diagnóstico y finalmente en el capítulo VI se presenta la propuesta de acción propuesto para lograr el objetivo general.

CAPÍTULO I

Emprendimiento

1.1. El emprendimiento y su importancia

1.1.1. Historia del emprendimiento

Desde las primeras civilizaciones, el ser humano se ha caracterizado por ser un emprendedor buscando constantemente cambiar el curso de sus acciones y la forma de hacer las cosas. A inicios del siglo XX se le reconoce a la acción emprendedora como aquella que tiene una aportación muy valiosa al crecimiento económico debido a que el emprendedor reconoce oportunidades que le generan un beneficio y la posibilidad de adentrarse en actividades productivas (Núñez y Núñez, 2016). Este autor coloca al emprendedor como el centro del crecimiento económico. El emprendedor es aquel que se permite hacer innovaciones, sin duda tiene una capacidad y visión que hacen posible mirar hacia donde otros no han sido capaces de hacerlo, prevé cosas que al resto le parecerían inconcebibles de imaginar y de ahí surgen las ideas. Además, ve en lo insignificante de la cotidianidad la diferencia, ese mínimo detalle que cambia la perspectiva. El emprendedor es visionario, apasionado, persistente y con confianza en sí mismo, con la capacidad de convertir lo insignificante en algo valioso.

Al hablar de emprendedores, se puede conceptualizar como aquellas personas que desarrollan cierta actividad la cual trae como consecuencia un impacto tanto en su entorno social como económico. El emprendimiento es un fenómeno que día a día cobra más fuerza debido a los beneficios que este contrae. Ha ganado importancia por la necesidad de las personas ya que en la gran mayoría de los casos buscan una mejora a su calidad de vida o una independencia económica la cual ajustan a sus expectativas y alcances. Por consiguiente, el emprendimiento se involucra en los diferentes sectores económicos de un país o región ya que a través de él yace el crecimiento, desarrollo, transformación de

diferentes empresas propulsoras del cambio y generación de empleos, las cuales son encaminadas por el principal propulsor, el individuo.

No cabe duda de que ser emprendedor significa algo más que aportar beneficios al país en cuestión de fuentes de empleo, aportación al PIB, generación de riqueza, adaptación a los cambios, mayor dinamismo, entre otros. De acuerdo con el informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020) el emprendimiento está en el centro de atención como nunca antes, con múltiples gobiernos cada vez más enfocados en establecer marcos de políticas y mecanismos para impulsar y promoverlo. Ante ello, retoma una gran importancia el comprender cada uno de los términos que conforman y se derivan del emprendimiento.

A lo largo del mundo existen países con índices de menor y mayor número de emprendimientos. Las cifras señalan que Europa es uno de los continentes con menor número de emprendedores gracias a que gran parte de la población se realiza actividades distintas de la creación de nuevos negocios (De la Vega et al., 2006). Por su parte, el GEM (2020) coincide con lo anterior ya que señala que las economías de países europeos y asiáticos tienen menor número de emprendedores.

1.1.2. Definición de emprendimiento

La palabra emprendedor apareció a inicios del siglo XVI haciendo referencia a los hombres que se relacionaban con las expediciones militares. El significado procede de la voz francesa entrepreneur. Se les atañe a los franceses un significado que hacía alusión a aventureros tales como arquitectos, constructores de puentes y caminos a principios del siglo XVIII. Cantillón (1931) la definió como el proceso de enfrentar la incertidumbre, este fue el primer término que se conoce.

Teniendo un panorama general del emprendimiento a nivel mundial, el GEM (2020) define al emprendimiento como cualquier intento de creación de una nueva empresa o negocio, como una nueva fuente de generación de autoempleo, apertura

de una nueva idea de negocio o el esparcimiento de un negocio en marcha, el cual es dirigido por un individuo o un grupo de individuos. El emprendimiento es de esta manera una actividad social y cultural. Silva (2008) explica que este fenómeno nace por una necesidad y la falta de empleos.

De acuerdo con Drucker (1998), el emprendimiento potencializa las oportunidades, es decir, la efectividad. Este autor refiere este concepto como la esencia del trabajo. Mientras que para Timmons (1989), habla del emprendimiento y lo define como esas actividades humanas, creativas que permiten desarrollar una propuesta de valor, la cual inicia desde cero, es decir, prácticamente de la nada. Resalta que a pesar de que el emprendedor carezca o bien no cuente con los recursos disponibles, este siempre hará una búsqueda insistente de las oportunidades que se le puedan presentar. El emprendimiento va más allá del querer, ya que requiere de pasión, compromiso, visión y toma de riesgos.

Por otra parte, Kundel (1991) se expresa del emprendimiento como un cambio o renovación estratégica, este cambio se genera de manera radical y como consecuencia puede traer o no la creación de una nueva entidad de negocio. Para este autor, tal concepto puede darse de manera externa o interna en las organizaciones. Por consiguiente, el emprendimiento es una actividad que se da como respuesta a las oportunidades que el individuo percibe en el entorno y permite cubrir una necesidad (Nel, Maritz & Thongprovati, 2010). Los autores Acs, Arenius, Hay y Minniti (2004) mencionan que el tema de emprendimiento es considerado como un mecanismo para la innovación y desarrollo económico lo cual se refleja en el bienestar de una sociedad. Por su parte, Belausteguigoitia (2007) identifica el concepto como una forma de pensar, razonar y actuar, enfocada a la búsqueda de oportunidades con enfoque holístico y equilibrado por el liderazgo.

En el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE) se señala al emprendimiento como la acción de emprender y esta acción la define como iniciar o acometer ya sea un negocio, un empeño, una obra, etc. Sobel término

Entrepreneurship se conceptualiza como el descubrimiento de nuevas oportunidades y finaliza en la creación de una nueva entidad económica.

Debido a las fuertes crisis económicas que los países o regiones han enfrentado ya sea por cambios políticos en su economía y de incertidumbre, se ha apostado por el emprendimiento y por insertarlo a la mentalidad social para enfrentar estas problemáticas y así adoptar una cultura donde se apunte el crecimiento económico y a una mejor forma de vida (Torres, 2010). El progreso de los países depende de su dinámica productiva, desarrollo social y su crecimiento económico. Por ello es necesario que se adopte una cultura empresarial que marca diferencia para el progreso de las naciones. Es por ello que el emprendimiento se basa en la creación, consolidación y el desarrollo de las empresas, no solo a nivel nacional, sino también internacional (Duarte, 2007).

1.1.3. Importancia del emprendimiento

Después de haber incluido algunas de las definiciones más importantes del término Emprendimiento, se describirá la importancia que tiene en la administración. Una economía global sin emprendedores no sería posible ya que estos son esenciales, debido al papel que juegan en la sociedad. Son visionarios, impulsan la innovación y compiten con grandes empresas, enfrentan cambios sin importar su magnitud ya que se adoptan fácilmente a lo desconocido. No existe un camino que indique como convertirse en emprendedor todo se va logrando en la marcha, como tal no hay un instructivo que indique los pasos a seguir, no es una tarea sencilla por eso no todos se aventuran (Ernst y Young, 2022).

Las personas que buscan una independencia financiera y estabilidad económica han apostado por el tema de emprendimiento. A pesar de que es un reto nada sencillo, la necesidad los mueve. El alto número de desempleo y la baja calidad de los empleos ya existentes han impulsado a las personas a no ser empleados por lo contrario ser empleadores, siempre y cuando se tenga ese espíritu emprendedor (Valencia, 2007). Los emprendedores buscan hacer sus sueños

realidad, no solo se trata de tener las ideas, sino de impulsarlas para que estas sean posibles. Trabajan con ahínco, tienen ideas frescas, buscan un cambio social positivo ya que detectan las necesidades y oportunidades del mercado y con ello ofrecen nuevos productos y conceptos novedosos, generan empleos y coadyuvan a la económica de su país (Ernst y Young, 2011).

Cuando se crean las nuevas empresas se entiende que estas contribuyen al desarrollo económico de diferentes formas, pero las que más resaltan son tres. La primera pone énfasis en la empresa como canal de conversión donde las ideas novedosas generan oportunidades económicas para el interesado. La segunda habla acerca de la competitividad mediante la inyección de ideas que rejuvenecen el tejido productivo. Finalmente, la tercera destaca la creación de fuentes de empleo y aumento en la productividad. Lo cual finaliza en la generación de riqueza y desarrollo de vida productiva del país (Rovayo, s/f).

Las economías latinoamericanas tienen como característica estructural al emprendimiento ya que son países que presentan en mayor porcentaje niveles de desempleo, lo cual los orilla al autoempleo, el cual se convierte en una opción para la generación de ingresos. La Corporación Andina de Fomento (2013) señala que en América Latina el 28.7 por ciento de la población económicamente activa tiene su propio empleo, mientras que el 54.8 por ciento percibe un salario y el 4 por ciento genera empleos. Por su parte, en los jóvenes latinoamericanos para ser precisos, el 19 por ciento de ellos cuentan con un empleo informal y el 20 por ciento no estudian ni trabaja (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Con estos datos y bajo este panorama, el emprendimiento sigue siendo la mejor alternativa para contrarrestar esta problemática y ofrecer alternativas para impulsar la intención emprendedora.

Por otra parte, Van Stel (2005) habla del nivel de renta per cápita y lo relaciona con el emprendimiento, puntualiza que el efecto del emprendimiento dependerá del nivel económico de cada país. Los países pasan por diferentes etapas de desarrollo económico, si se traduce a un ejemplo, los países con ingresos

bajos tienden a desarrollar un nivel de emprendimiento mayor a diferencia de países con economías opulentas.

1.2. El emprendimiento desde la perspectiva de la educación.

No cabe duda de que además de los factores intrínsecos que influyen en la intención de emprender, el nivel educativo no se queda atrás porque en ciertas instituciones si no es que, en la mayoría, se impulsa a los estudiantes a emprender proporcionando herramientas que les permitan desarrollar sus habilidades para dicha actividad. Esto lo logran a través de sus programas educativos, actividades de emprendimiento, incubadoras de empresas, simuladores de negocios, entre otros.

El tema de emprendimiento se ha convertido en un tema inherente a las Instituciones de Educación Superior (IES), puesto que en un inicio las universidades se enfocaban a formar estudiantes con miras a ser empleados. Hoy esta dinámica ha cambiado por todos los procesos sociales y económicos que se han manifestado a lo largo de los años. Además, el interés de los gobiernos hacia estos espacios de formación para que contribuyan en el desarrollo económico del país ha ido en aumento (Narváez, 2012).

Por su parte, Valencia (2012) señala que las instituciones incitan el interés de su comunidad estudiantil para llevar un emprendimiento. Paradeise y Thoening (2018) clasifican a las universidades en cuatro tipos: universidad académica, universidad técnica, universidad clásica y universidad emprendedora. Por ende, tras los cambios que se han suscitado en cuestiones económicas, políticas y culturales, las universidades han tenido que adaptarse. Además de su función básica que es la enseñanza, han añadido otros aspectos como la investigación y el emprendimiento tal como lo señala Egron-Polak (2008).

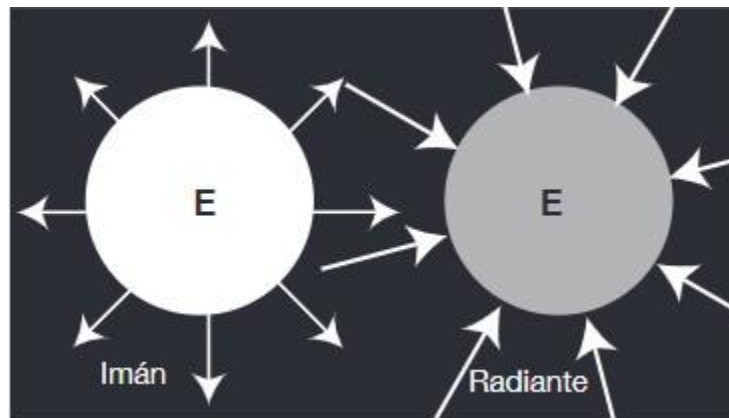
Formichella (2004) menciona que el comportamiento del emprendedor dependerá de su socialización, a lo que se refiere es que aquella persona que ha observado o convivido con emprendedores tendrá un comportamiento diferente a aquella que no lo ha hecho. Podría concluirse que el individuo desarrolla ese espíritu de emprendimiento en la medida que la socialización de la que se habló anteriormente lo acompañe en su recorrido.

Por otra parte, Rovayo (s/f) afirma que la educación les permite a las personas desarrollar competencias técnico-genéricas y no solo se enfoca en suministrar conocimientos técnicos. La finalidad de ello es que el individuo sea apto para su ocupación ya sea de manera dependiente o independiente. Una vez que los estudiantes concluyen su formación universitaria y presentan dificultades para ocupar un cargo en alguna empresa del sector público o privado, se enciende el deseo del emprendimiento, derivado de una necesidad, surgiendo así el autoempleo. Se deduce entonces que la formación universitaria se encaminó a resolver dicha necesidad, aportando las herramientas para que el camino sea menos complejo. Al presentarse esta situación, finalmente, las personas procuran generarse un empleo de forma independiente y es así como surge el espíritu empresarial.

Por otra parte, el GEM (2020) hace una mención acertada ya que indica que para impulsar el emprendimiento es importante promover la vocación y competencias de emprendimiento propiciando un mayor vínculo entre el mundo académico y laboral. Un estudio llevado a cabo por Valencia y colaboradores (2012) manifiesta que los estudiantes con intención emprendedora mencionan positivamente que los conocimientos adquiridos acerca la creación de nuevos negocios fue durante su estancia en la universidad, es decir, la formación universitaria favorece al momento de crear una empresa.

No importa el modelo educativo que las universidades utilicen para el impulso del emprendimiento, lo importante es que en el ciclo se dote al estudiante de herramientas teórico-prácticas para lograr mayores resultados, es decir, que el alumno adquiera capacidades para ser emprendedor. Para lograr este fin, se debe direccionar a que el emprendimiento tenga una visión de sostenibilidad. La IES deben de contar con esquemas de emprendimiento que realmente se arraiguen en el estudiante, estos deben de estar alineados desde la estrategia hasta la conformación del mapa curricular (Rovayo, s/f). En los últimos años ha ido en incremento la creación de cursos y programas orientados a la intención emprendedora (Lorz, 2011). Por ejemplo, la Universidad de Cornell destaca en un estudio la presencia de dos modelos de educación en emprendimiento nombrados Imán y Radiante. El primero hace referencia a los programas que se ofrecen en una institución educativa, mientras que en el segundo los cursos son impartidos por las escuelas.

Figura 1: Modelos educativos de emprendimiento



Fuente: University-wide Entrepreneurship Education, 2002.

Hoy en día, varias universidades cuentan con espacios dedicados única y exclusivamente a la formación de emprendedores. Un ejemplo de ello en México son las Incubadoras de Empresas que son espacios dedicados a fomentar el tema de emprendimiento en los alumnos mediante estrategias que permiten potencializar características propias del emprendedor. Un estudio realizado por Ernst y Young

(2011) menciona que gran número de los emprendedores son jóvenes y consideran que la experiencia laboral anterior y la educación superior son factores de éxito. Los emprendedores que fueron encuestados tienen un rango de edad entre 20 y 29 años. Hablan de la educación superior como factor de éxito, mencionan que los estudiantes se sienten motivados cuando existe una orientación adecuada hacia el entorno creativo y capacidad innovadora, lo cual los orienta a desarrollar actividades relacionadas con el emprendimiento que resultan en nuevas empresas. Asimismo, un estudio coordinado por la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (ASCOLFA) resaltó el interés que tienen las universidades en potenciar el emprendimiento. Más de un 80% de las instituciones que participaron están preocupadas por incluir en sus procesos educativos actividades relacionadas para la formación de emprendedores (Herrera y Ortiz, 2010).

Para estudiar la intención emprendedora normalmente se analiza a estudiantes universitarios ya que son el eslabón previo al emprendimiento en marcha. En México, las universidades han orientado a los estudiantes al *concepto de intención emprendedora* para que una vez egresados tengan la alternativa de crear su propia fuente de empleo. Por lo regular este tipo de estrategias van más enfocadas a las carreras económico-administrativas, pero no se debe perder de vista a otras profesiones ya que cada uno de los estudiantes universitarios posee características que los pueden llevar a emprender, independientemente de su profesión. Liñan y Chen (2006) mencionan que los estudiantes con semestres más avanzados o próximos a terminar su carrera universitaria y formar parte de la población activa del país tienen mayor tendencia a emprender.

Finalmente, las IES tienen un alto compromiso en formar profesionales que no solo tengan la idea de emplearse, sino también tengan iniciativa de emprender nuevos negocios. Quizás no el cien por ciento de los estudiantes tenga las características para ser emprendedor, pero aquellos que sí cuentan con esta intención deben ser impulsados por las universidades con estrategias que finalicen en la puesta en marcha de la empresa. Sin duda, la actividad emprendedora ha

marcado la pauta para que estas instituciones piensen en el emprendimiento como una opción valiosa y prioritaria.

1.3. El emprendimiento desde la perspectiva social.

La sociedad busca día con día atender y ofrecer soluciones que subsistan a lo largo del tiempo y que generen impacto. La creación de nuevos negocios no es la excepción ya que no solo se busca satisfacer una necesidad o aprovechar una oportunidad, en este sentido la innovación es vital para permanecer en el juego de la supervivencia económica. El panorama actual de la sociedad es incierto y representa complejos problemas económicos sociales, ambientales y políticos. Bajo estas circunstancias, la intención emprendedora busca una evolución positiva de su entorno. Para lograrlo debe tener compromiso, disciplina, iniciativa, tolerancia y asumir riesgos las veces que sea necesario. Se puede decir que la intención emprendedora es un agente de cambio (Fernández, 2016).

El ámbito social sin lugar a duda influye significativamente en el tema de emprendimiento ya que el emprendedor es presa del entorno en que vive para poder desarrollar la idea del negocio que se propone. La idea de negocio siempre surge de una necesidad observada en el mercado o bien de una oportunidad de este, es ahí el primer acercamiento de la sociedad para con el emprendedor.

1.4. El emprendimiento desde la perspectiva psicológica.

Pudiera parecer que desde la perspectiva psicológica el emprendimiento no tendría relación; sin embargo, estos términos tienen vínculos estrechos debido a que se desea conocer cuáles son los factores que incitan la intención emprendedora. Para Moriano et. al. (2001) esta es una línea de investigación de interés por la necesidad que se ha originado en las personas que desean buscar nuevos senderos ante la intención de emprender y dada la situación actual socioeconómica.

Cada persona cuenta con peculiaridades que lo definen, las cuales precisarán si el individuo reúne las características de un emprendedor. Es importante recalcar que no todas las personas tienden a crear nuevos negocios, por el contrario, prefieren ser empleados ya que les proporciona una mayor comodidad, seguridad y un menor riesgo. En el tema psicosocial, específicamente en el emprendimiento tradicional, se estudian los rasgos de personalidad y las actitudes. Esta perspectiva se basa en el comportamiento y desarrolla dos corrientes, la primera hace alusión a la definición del emprendimiento respondiendo a lo que es el emprendedor; la segunda hace referencia al por qué una persona se hace emprendedor (Fonrouge, 2002).

1.5. El emprendimiento desde la perspectiva económica.

El emprendimiento desde la perspectiva económica define al emprendedor como pilar fundamental del desarrollo económico. Dentro de esta perspectiva el fenómeno de emprendimiento se comprende desde las acciones del individuo, se relaciona la palabra homo economicus que hace referencia a maximizar el bienestar y las utilidades.

Lo que se pretende es apoyar al emprendedor potencial y aconsejarlo a través de modelos que tengan como objetivo la maximización de beneficios. El desarrollo económico de una sociedad dependerá de la existencia de emprendimiento que se tenga (Casson, 1982). El centro de atención en todo proceso de emprendimiento es el individuo ya que de éste dependerá la creación del valor económico, desarrollo e impacto.

1.6. Comportamiento emprendedor a partir de las actitudes

De acuerdo con Ajzen (1989), la actitud es definida como la voluntad a responder de una forma positiva o negativa a un evento. En ese sentido, Robinson y colaboradores (1991) indican que, si se estudian las actitudes, esto representaría

una ventaja sobre el modelo de personalidad. Mencionan que las actitudes son menos estables y estas cambian a través del tiempo, por lo que se concluye que se adecuan mejor al estudio de un fenómeno y a dicho fenómeno se le llama creación de nuevas empresas. Tales autores desarrollaron el Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) que es un instrumento que mide las actitudes sobre: autoestima percibida en los negocios, control personal percibido de los negocios en cuanto a sus resultados, innovación y logro, estos puntos se enlazan perfectamente con el emprendedor. De la misma manera, para Mollo (2008) las actitudes son predisposiciones adquiridas para actuar de forma selectiva y conducirse de manera objetiva en la interacción social, dichas actitudes operan como un método de representación de la realidad y una vez incorporadas, regulan la conducta.

1.7. El Centro Universitario UAEM Atlacomulco

La Universidad Autónoma del Estado México (UAEMéx) es un organismo público que goza de autonomía, su principal función es dotar educación media superior y superior en las diferentes regiones del Estado de México (PRDI 2021-2025). Cuenta con once Centros Universitarios, dentro de los cuales se encuentra el Centro Universitario UAEMéx Atlacomulco.

El Centro Universitario UAEMéx Atlacomulco se ubica en la región Norte del Estado de México, la cual se integra por los municipios de Acambay, Aculco, Atlacomulco, Chapa de Mota, El Oro, Ixtlahuaca, Jilotepec, Jiquipilco, Jocotitlán, Morelos, Polotitlán, San Andrés Timilpan, San Felipe del Progreso, San José del Rincón, Soyaniquilpan de Juárez y Temascalcingo. En la región se cuentan con 22 escuelas de nivel superior de las cuales 10 son públicas y 12 pertenecen al sector privado. En el Plan de Desarrollo Institucional (2018-2021) se menciona que el Centro Universitario UAEMéx Atlacomulco es la principal institución de Educación Superior Pública de la región y la única en el municipio; cuenta con 6 licenciaturas Administración, Contaduría, Informática, Psicología, Derecho e Ingeniería en Computación.

De acuerdo con La Agenda Mexiquense en 2021, el Centro Universitario UAEM Atlacomulco ha promovido una formación actualizada y de excelencia en los universitarios con un modelo integral de conocimiento, arte, deporte y cultura, con una matrícula de 1489 alumnos en 2021. Además, la agenda señala que el Centro Universitario UAEM Atlacomulco ha afirmado su papel como un espacio académico con una oferta educativa oportuna y actual, acorde a las constantes necesidades de del entorno social y formación académica.

1.7.1. Filosofía del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Misión:

La misión del Centro Universitario UAEM Atlacomulco de acuerdo con el Plan de desarrollo en la administración de la Dra. en A. Yenit Martínez Garduño (2017-2021) a la letra dice:

El Centro Universitario UAEM Atlacomulco es un organismo desconcentrado de la UAEM que imparte programas educativos de calidad de Estudios Profesionales y Avanzados, a la luz de la tradición educativa de nuestra máxima casa de estudios en la que prevalecen las libertades de cátedra, de pensamiento, de expresión artística y de extensión del conocimiento científico y humanístico, para formar profesionistas y especialistas responsables, libres, justos y capaces de integrarse competentemente en el mercado laboral, al tiempo se involucran en la construcción de la paz social y la sustentabilidad de la vida en el planeta, con la finalidad de que sean ciudadanos universales con visión crítica y transformadora, esto, con base en la profesionalización y habilitación docente, el fortalecimiento de cuerpos académicos de investigación y de la identidad cultural de la región, el contacto permanente con egresados y los sectores privado, social y público, en el marco de una gestión transparente y de resultados, contribuyendo al desarrollo sustentable local, regional, nacional e internacional (p.21).

Visión:

El Centro Universitario UAEM Atlacomulco cuenta con una visión a 2021 según el plan de desarrollo de la administración de la Dra. en A. Yenit Martínez Garduño menciona que:

El Centro Universitario UAEM Atlacomulco, se visualiza como un espacio académico de la UAEM, previendo los desafíos y aprovechando las oportunidades; moderno y de vanguardia, que imparte educación superior para que forme hombres y mujeres agentes de cambio en su entorno, con una visión crítica, constructiva y con sentido humano; a través del aseguramiento de PE de calidad en diversas modalidades escolares que cumplan con los estándares de calidad educativa nacionales e internacionales, mediante la generación y divulgación de conocimiento de frontera e investigación de alto impacto social, apoyándose en el desarrollo de redes de colaboración intra e interinstitucionales que contribuyan al desarrollo económico sustentable mediante un constante vínculo con los sectores privado, social y público. Todo ello, en el marco de una gestión transparente y moderna, apegada al buen gobierno y a la legalidad universitaria. Asimismo, este Centro Universitario, se asume fortaleciendo la identidad cultural de la región y de la comunidad universitaria y marcando una huella humanista, social, académica y científica positiva, que sea referente digno en el concierto educativo universitario no solo en el orden local sino también internacional (p.21).

Valores:

El plan de desarrollo de la administración 2017-2021 de la Dra. En A. Yenit Martínez Garduño señala los siguientes valores del Centro Universitario UAEM Atlacomulco:

- Libertad de investigación, pensamiento y cátedra.
- Justicia académica para una vida digna y de bienestar humano.
- Responsabilidad social para la sustentabilidad de la vida en el planeta.
- Igualdad de oportunidades con calidad para todos.
- Dignidad humana en la convivencia social.
- Tolerancia hacia la diversidad y la pluralidad.
- Paz y armonía en la convivencia universitaria con el otro y los otros.

- Solidaridad incondicional y comprometida con la humanidad.
- Inclusión y equidad, como mecanismo de participación igualitaria en todas las actividades del quehacer universitario (p.22).

1.8. Planteamiento del problema

1.8.1. Objetivos de la investigación

General

Examinar la influencia de las variables psicocognitivas de la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus de control en la intención emprendedora en los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Específicos

- Medir el nivel de intención emprendedora que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.
- Medir el nivel de autoeficacia emprendedora que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.
- Medir el nivel de propensión al riesgo que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.
- Medir el nivel de motivación que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.
- Medir el nivel de locus de control que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

1.8.2. Preguntas de investigación

¿Qué relación existe entre la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus de control en la intención emprendedora en los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

Otras preguntas que apoyan para dar respuesta a esta interrogante son:

¿Cuál es el nivel de intención emprendedora que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

¿Cuál es el nivel de autoeficacia emprendedora que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

¿Cuál es el nivel de propensión al riesgo que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

¿Cuál es el nivel de motivación que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

¿Cuál es el nivel de locus de control que presentan los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco?

1.9. Justificación

La creación de empresas es pilar fundamental para la economía de un país, sobre todo si ésta se constituye en su mayoría por micro, pequeñas y medianas empresas las cuales son las principales generadoras de autoempleos y empleos. Actualmente, se apuesta por el impulso al emprendimiento y las universidades son elemento esencial para dotar de herramientas a los jóvenes que se aventuran por la creación de empresas. La Universidad Autónoma del Estado de México no es ajena a esta necesidad. Por el contrario, por medio de unidades de aprendizaje, ferias del emprendimiento, cursos, talleres y conferencias busca desarrollar en sus

alumnos los conocimientos y habilidades que requieren para convertirse en emprendedores de sus propias marcas. De este interés se deriva la importancia de conocer cuáles son las variables psicocognitivas aplicables a la intención emprendedora que se presentan con mayor impacto.

El Centro Universitario actualmente cuenta con unidades de aprendizaje encaminadas a los temas de emprendimiento, así como una Incubadora de Empresas cuya finalidad es promover el espíritu emprendedor y culminar en la puesta en marcha de negocios innovadores. La investigación planteada contribuirá a identificar y explorar las variables psicocognitivas aplicables a la intención emprendedora las cuales constituyen unos de los factores principales que incide en los alumnos para que estos tengan la intención de crear una empresa. De esta manera, la presente investigación contribuye a solventar uno de los principales desafíos que hoy se presentan, el conocer con exactitud los factores que promueven la intención emprendedora de los estudiantes de estas licenciaturas. Asimismo, los resultados de esta investigación contribuirán a poder dar una respuesta puntual a las necesidades sociales y económicas derivadas del emprendimiento mismas que confluyen en un bienestar común.

Tal como lo menciona Narváez (2012), actualmente existe un interés cada vez más creciente por estudiar el tema del emprendimiento sobre todo por la ausencia que existe en el mercado laboral de ofertar vacantes para los demandantes. Al no contar con el número suficiente de puestos de trabajo, se está dejando sin oportunidad a una cantidad considerable de egresados de nivel superior. En el trabajo de este autor se expone reiteradamente la importancia de incentivar la actividad emprendedora en la población joven. En este mismo sentido, para la Universidad Autónoma del Estado de México es muy importante que, a lo largo de sus estudios, los alumnos logren desarrollar las habilidades, destrezas y aptitudes que les permitan encaminarlos a la intención de emprender.

En este contexto, este estudio servirá de base para estudios posteriores en áreas relacionadas con el tema del emprendimiento porque analiza la relación existente entre factores cognoscitivos (autoeficacia emprendedora, propensión al riesgo, motivación y locus de control) y la intensidad de emprender. De esta manera, el Centro Universitario UAEM Atlacomulco conocerá cuales de estos factores predominan en sus estudiantes, lo que le permitirá a su vez diseñar estrategias para reforzarlos.

Capítulo II

Intención emprendedora

2.1. Intención emprendedora

2.1.1. Antecedentes de la intención emprendedora

El deseo de emprender no es una tarea sencilla, para Krueger, Reilly y Carsrud (2000) la intención resulta ser el mejor predictor para cualquier tipo de conducta, en especial si esta conducta no es tan común y es difícil de observar. La teoría de la acción planificada propuesta por Ajzen (1991), se ha utilizado en diferentes investigaciones para predecir la existencia de los diferentes tipos de intenciones que se originan de la conducta (Armitage y Conner, 2001), con la única finalidad de comprender los antecedentes de las acciones de los individuos. La TAP señala que la intención de llevar a cabo una conducta dependerá de tres aspectos: la norma subjetiva, la actitud hacia dicha conducta y el Control Conductual Percibido (CCP), dichos componentes tienen un grado de influencia en la intención.

Actitud hacia la conducta emprendedora: los resultados o atributos que un individuo logre serán asociados con la conducta; por tanto, si dentro del proceso se desarrollan actitudes positivas en consecuencia los resultados obtenidos serán los deseados y, por el contrario, a actitudes negativas hacia la conducta los resultados serán los no deseados. Aunque esto suena lógico, la actitud hacia la conducta emprendedora dependerá únicamente del actuar del protagonista, en este caso el emprendedor (Ajzen, 1991).

Norma subjetiva: a lo que se refieren estas normas es a las expectativas familiares, preferencias, y las opiniones de padres y amigos. Para finalizar el deseo de llegar a ser emprendedor, las opiniones tienen peso en la decisión del sujeto (Krueger et al., 2000). A su vez, Ajzen (1991) menciona que las creencias

normativas se refieren a la perspectiva con que los grupos o personas aceptan o no el desarrollo de una determinada conducta. En el tema de emprender resulta inherente la opinión del entorno (familia, amigos, sociedad, etc.) en que se desenvuelve el individuo para crear o no la empresa. Por obviedad entre más positiva sea la norma subjetiva, el individuo tendrá una intención de emprender mayor.

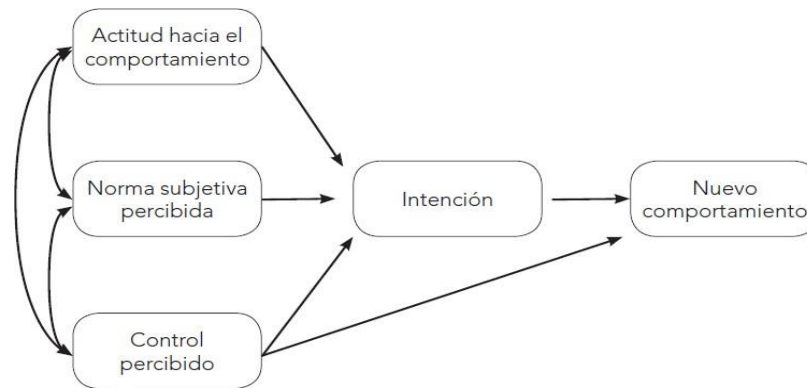
Control conductual percibido: Las creencias de control agregan al modelo de la TAP la influencia de la existencia o carencia de las diferentes oportunidades o recursos que determinan la intención y la conducta (Ajzen, 1991). Habla de las creencias que se requieren para llevar a cabo con éxito ciertas conductas; es decir, si se presentan un mayor número de oportunidades o recursos y se percibe un número menor obstáculos, el control conductual percibido tendrá será mayor (Laguía, et. al. 2017).

Dentro del estudio de la conducta del individuo en el emprendimiento, la intención emprendedora es la condición más estudiada de la creación de empresas (Liñán, et. al. 2013). De acuerdo con el GEM (2020) en su estudio que mide la tasa de actividad emprendedora (TEA) como se indicó anteriormente, la iniciación de la creación de empresas es la de intención emprendedora, en la cual los individuos consideran la idea de poner en marcha un negocio. A lo largo de las últimas décadas se han desarrollado investigaciones donde se ha demostrado que la intención emprendedora es uno de los predictores más importantes para iniciar una empresa, dichas investigaciones son de los autores Sánchez, et. al. (2005), Laguía et. al. (2017), Valencia et. al. (2012), y Rueda, et. al. (2012), Krueger (2000), Audet (2004) y Krueger y Brazael (1994), por mencionar algunos.

En relación con la creación de empresas, la intención puede estar estimulada o desestimulada por el emprendedor ya que dependerá del deseo o la factibilidad que este tenga por poner en marcha dicha acción. Autores como Krueger (2000) y

Liñán (2004) señalan la importancia de analizar los rasgos de personalidad y los factores demográficos, sin dejar de lado la intención emprendedora.

Figura 2. Teoría del Comportamiento Panificado (TCP)



Fuente: Ajzen (1991).

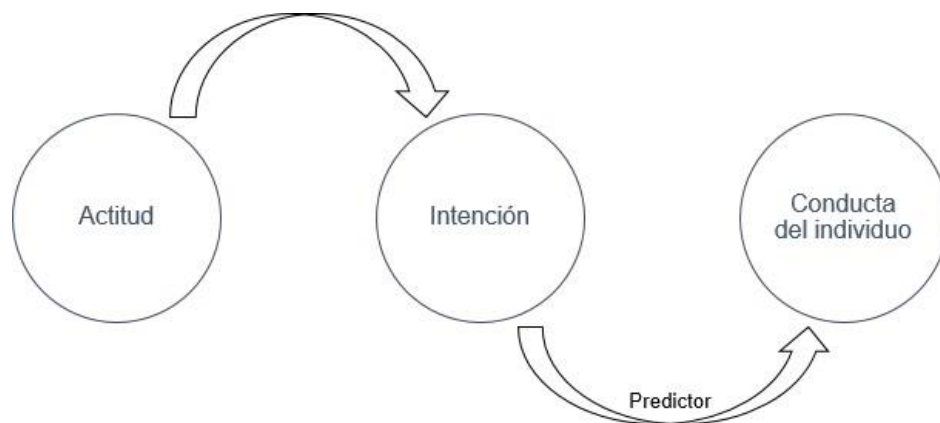
2.1.2. Generalidades de la intención emprendedora

En Europa y Estados Unidos existen responsables que se encargan del desarrollo de políticas que tienen que ver con el tema de emprendimiento, los cuales mencionan que es primordial que exista un mayor interés en cuanto al tema de cultura emprendedora, con la finalidad que el crecimiento económico de cada región se vea mejorado e impacte directamente en la calidad de vida (Osorio, 2015).

Algunos autores exponen que la actividad emprendedora recae en el tema de la educación. Como se sabe, existen instituciones que se centran en el tema de emprendimiento, otras tantas cuentan con programas que encaminan al alumno a desarrollar habilidades o carácter emprendedor. A pesar de ello se hace el siguiente cuestionamiento ¿Por qué algunos individuos deciden emprender mientras otros no lo hacen? La respuesta a esta pregunta puede ser variada y tiene que ver con los factores que tienen influencia en la decisión de emprender, estos pueden darse ya sea por las características de personalidad propias del individuo o bien los rasgos de vida (Osorio, 2015).

La idea de la creación de negocios no es un deseo que surja de la nada ya que existen diversos factores que mueven al individuo a llevar a cabo esta práctica. La intención debe surgir forzosamente antes de la acción. Se dice que la intención emprendedora es el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio, donde se debe tener en cuenta una planificación consciente para su puesta en marcha a futuro (Soria, et. al. 2015). Para Osorio y Londoño (2013) la intención emprendedora es un estado mental que manifiestan los individuos en favor de la creación de un nuevo negocio. En primera instancia para que el individuo pueda convertirse en fundador de una empresa se debe ser emprendedor; es decir, el proceso subyace al surgimiento de la intención emprendedora. Por lo tanto, el nivel de intención emprendedora manifiesta el potencial económico del país.

Figura 3. Proceso de la Intención Emprendedora



Fuente: Elaboración propia basada en Ajzen (2011).

Ajzen (2011) señala que los individuos van creando una actitud, después pasan a una intención y finalmente a la conducta; es decir, las intenciones son predictores de la conducta y esta última es considerada como la decisión final de determinadas circunstancias, en el caso del emprendimiento, el inicio de un nuevo negocio. En sí, hace referencia a un conjunto de elementos internos como externos que concluyen en la toma de decisión por parte del individuo a la hora de emprender. Asimismo, Heckman (2000) hace mención sobre los factores internos, considerando

las actitudes y comportamientos, donde menciona que pueden ser aprendidos a través de la educación basada en habilidades no cognitivas; mientras que Krueger et al. (2013) exponen los factores externos entre los cuales destacan los valores sociales y la cultura.

2.1.3. Teorías que explican la intención emprendedora

Thompson (2009) concibe el término de intención emprendedora (IE) como una convicción auto reconocida del individuo el cual tiene como finalidad crear una nueva empresa. Lo cual conlleva una planeación consiente para ejecutar la acción en un momento futuro. Bird (1988) asevera que la IE es un proceso que se lleva a cabo antes de la acción; es decir, antes de la creación del negocio tiene que surgir esa intención de querer hacerlo por parte del emprendedor. Para este autor dicho proceso puede iniciar con los deseos, valores, creencias, hábitos o bien las necesidades personales del individuo. El contexto profesional, las disposiciones personales subyacentes y las características de contexto situacional son factores que pueden repercutir en las motivaciones que tenga la persona para fundar un negocio (Farashah, 2015; Lee y Wong, 2002).

Las intenciones mueven a los individuos para que estos tomen la decisión de crear una empresa, estas pueden llegar a ser distintas entre las personas pues pueden desarrollarse de acuerdo con el contexto en que se desenvuelven. Por tal motivo, es importante resaltar cuáles son los factores y modelos que se han formulado para comprender cómo es que se adquieren y potencializan las intenciones emprendedoras.

Por otra parte, la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977) funge como uno de los mecanismos básicos donde la actividad emprendedora se autogenera. Esta teoría sustenta que la observación de patrones define el comportamiento humano; es decir, la mayor parte de la conducta del ser humano es aprendida por la observación (Pihie y Bagheri, 2013). A partir de esto, se concluye que cuando más posibilidades tenga un individuo de interactuar con emprendedores exitosos,

su interés e intención para crear una empresa será mayor (Sánchez, 2009). Es así como la socialización emprendedora se define como un conjunto de experiencias que nacen con la realización exitosa de las actividades de iniciativa empresarial, las cuales surgen a partir de la interacción con personas que cuentan con características emprendedoras y en consecuencia su rol sirve como modelo (Zapkau et al., 2015).

Particularmente, la Teoría del Comportamiento Planificado (TBP) de Ajzen (1991), es la más significativa y utilizada para exponer las intenciones al momento de crear nuevos negocios retomando los factores sociales y personales. Dentro de su marco teórico permite predecir y entender las intenciones emprendedoras (Valencia, Cadavid, Ríos y Awad, 2012). Expone que la intención es el predictor de la acción y hace alusión a tres elementos que guían la conducta humana de los cuales depende dicha intención. El primero es la actitud hacia la conducta, en segundo término, se encuentran las normas subjetivas y finalmente como tercero aparece el control percibido sobre la conducta. Lo que busca esta teoría es explicar a través de la intención que tiene el individuo para actuar la conducta humana, este comportamiento está dado a largo plazo, por eso es que se enfoca perfectamente en la creación de empresas (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000; Lortie y Castogiovanni, 2015).

Por otra parte, el modelo del evento empresarial de Shapero y Sokol (1982) habla de tres elementos que se necesitan para iniciar una empresa: la propensión a actuar, la percepción de deseabilidad y la percepción de viabilidad, lo que significa que cuando un individuo decide poner en marcha alguna actividad emprendedora esta dependerá de su creencia encaminada a suponer que tal acción que se ejecute resultará factible y deseable, aunque también se requiere el saber actuar sobre las oportunidades (Krueger et al., 2000). Para Shapero y Sokol (1982), la inercia dirige el comportamiento del ser humano, siempre y cuando este no sea interrumpido por algún suceso ya que de ser así dicha inercia se interrumpe o bien se desplaza. Cuando sucede esto puede darse por acontecimientos negativos y citan como

ejemplo la pérdida de un empleo, pero también pueden presentarse eventos positivos como el recibir una herencia. Por ello, los sucesos importantes en la vida precipitan considerablemente en el querer emprender, los cuales se convierten en causas potenciales que llevan a la acción (Zhang, Duysters y Cloudt, 2014).

Capítulo III

Predictores de la intención emprendedora

3.1. Predictores que determinan la intención emprendedora

Después de haber abordado los antecedentes de la intención emprendedora, hecho una amplia exposición de sus principales características y de las teorías más relevantes que explican la intención emprendedora, se describirán en este apartado los predictores que fueron incluidos en la presente investigación. Con base en una extensa revisión de la literatura, se determinó que el locus de control, la autoeficacia emprendedora, la motivación y la propensión al riesgo serían las variables que tendrían un impacto significativo en la intención emprendedora.

3.1.1. Autoeficacia emprendedora

A la convicción individual que permite organizar y ejecutar acciones con la finalidad de generar resultados se le conoce como autoeficacia y es así como ésta tiene influencia en las situaciones de la propia vida. Para Bandura (1986), la autoeficacia es la clave para la competencia humana. Este factor psicológico es uno de los más estudiados en la intención emprendedora. Bandura (1999) también explica que la autoeficacia integra subcompetencias, las cuales clasifica en cognitivas, conductuales y sociales, éstas tienen como finalidad alcanzar objetivos. Menciona que los sujetos que no se sienten capaces de llevar ciertas tareas o afrontar situaciones las evitan.

De la misma manera, Ajzen (1991) expresaba que cuando el individuo realiza alguna actividad es consciente de que tiene la capacidad y preparación para llevarla a cabo y la percepción y grado de confianza que tenga para realizarla se puede definir como autoconfianza. Por su parte Krueger y Carsrud (1993) hacen referencia a que la autoeficacia es la creencia propia de tener las capacidades para llevar a cabo acciones que permitan conseguir los resultados esperados. Asimismo,

Sánchez y colaboradores (2012) definen a la autoeficacia como la creencia que tiene una persona sobre las capacidades que posee para llevar a cabo acciones que lo lleven al logro de los objetivos.

Los logros de ejecución, la persuasión verbal, los estados fisiológicos y emocionales y las experiencias vicarias proporcionan información que establecen las creencias de la autoeficacia. Al hablar de los logros de ejecución, estos hacen referencia a la información de la eficacia, la cual se obtiene por medio de las experiencias anteriores que un individuo adquirió al llevar a cabo ciertas tareas. Por su parte, la persuasión verbal habla de todo aquello que tiene que ver con las interacciones verbales y escritas que permiten comunicar al individuo con su propia valía. Los estados fisiológicos y emocionales están vinculados a parámetros de activación, afectivos y biológicos que estimulan a la confianza personal para llevar a cabo una tarea en específico. Finalmente, las experiencias vicarias se enfocan a todo aquello que permite obtener datos privados de la observación, lo que permite ver las actuaciones de los demás, y, en consecuencia, hace que la persona tenga esta información para realizar sus propias acciones (Sánchez, 2012).

La autoeficacia se puede ver directamente influenciada por variables del medio en el que el individuo se desarrolla, lo que lleva a tomar en cuenta las variables del ámbito micro social (apoyos y limitaciones familiares) y macro social en el estudio del perfil del emprendedor, como subvenciones (Oliveira, et. al., 2005). Un ejemplo donde se pueden encontrar descritas detalladamente las principales características de la autoeficacia emprendedora es en las dimensiones que conforman la escala Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) validada por Moriano et al. (2006). En este instrumento se exponen ocho factores: *Desarrollar productos y oportunidades de mercado*, esta dimensión habla de la capacidad que tiene el sujeto para crear productos o servicios que atiendan las necesidades del mercado; es decir, la creación de nuevos productos que sean novedosos y atiendan las particularidades de los demandantes.

Por su parte, *Construir un entorno innovador* expresa la capacidad que tiene el emprendedor para promover en los empleados la creatividad, responsabilidad e iniciativa. Al igual que el factor anterior, *Definir los objetivos principales* habla de que los directivos tienen la responsabilidad de crear la visión del nuevo proyecto con la cual inspiran a los miembros del equipo. *Afrontar retos inesperados*, este término hace referencia a la capacidad que tiene el sujeto de trabajar ante circunstancias inciertas, adaptándose a las circunstancias del entorno y los cambios constantes. *Construir y dirigir equipos*, habla de la importancia de establecer equipos en las organizaciones. *Desarrollar una conducta estratégica autónoma* habla de las habilidades que tiene el sujeto para conseguir los recursos necesarios para desarrollar nuevos proyectos. *Liderar a otros*, el concepto es obvio y claramente conceptualiza las habilidades que se tienen de liderazgo, que a su vez involucra motivar a otros, trabajo en equipo, reconocimiento, entre otros. Finalmente, *Lanzar productos o servicios* se centra en las habilidades necesarias para la comercialización de productos servicios. Todas estas características son fundamentales para poder desarrollar la autoeficacia emprendedora de manera exitosa y permanente.

Por otra parte, Bagheri y Akmaliah (2014) mencionan que el género juega un papel significativo en la relación que existe entre la autoeficacia e intención emprendedora. Los autores señalan que la autoeficacia masculina es mayor a diferencia de la intención femenina. El trabajo de tesis de Barnir (2011), muestra que los hombres tienen una mayor confianza en sus habilidades lo que contribuye a que la intención por emprender sea mayor. Las mujeres a menudo presentan más dificultades administrativas y económicas e impedimentos de otra índole, los cuales traen como consecuencia la falta de emprendimientos en comparación con los hombres (Verheul et al., 2012). Por su parte, Tarapuez (2016) concuerda que los efectos de la autoeficacia emprendedora se encuentran moderados por el género y es así como la autoeficacia influye positivamente en la intención emprendedora de los hombres.

3.1.2. Propensión al riesgo

En la mayoría de las ocasiones las altas tasas de desempleo incitan a la iniciativa emprendedora, aunque no resulta una tarea sencilla. Uno de los factores a los que se enfrentan los emprendedores es la propensión al riesgo la cual es inevitable para cualquier toma de decisión. Debido a que existe incertidumbre no se puede decir que se tendrá éxito o fracaso porque es una acción normalmente nueva para el individuo. La propensión al riesgo va a determinar hasta dónde es capaz el individuo de arriesgar para lograr sus objetivos o la meta planteada.

Bolivar y Hormiga (2012) definen la propensión al riesgo como un rasgo propio de la personalidad multifacética, donde el sujeto está dispuesto a asumir retos y tomar decisiones, se mide a través de la incertidumbre percibida. Cuando se tiene la intención de emprender, se evalúan los riesgos de manera empírica y con base en ellos se toman decisiones. Por otra parte, Morales y Roig (2005) ofrecen una definición muy objetiva en el tema de propensión al riesgo, lo puntualizan como la predisposición con que la persona cuenta para asumir u obviar los riesgos.

En el día a día, la propensión al riesgo se da de manera habitual, ya que por lo regular los individuos están propensos a tomar decisiones y no se tiene la seguridad de lo que vaya a acontecer. La intención emprendedora tiene la misma dinámica; por consiguiente, es que el emprendedor es más temeroso en la toma de dicha decisión y más aún si esto implica recursos económicos.

Autores como Das y Teng (1997) mencionan que la tendencia y disposición de los individuos para asumir riesgos es conocida como propensión al riesgo. Cierta lógica indica que entre mayor sea el nivel de propensión al riesgo, una persona estará inclinada a tomar mayores riesgos. Es decir, tomarán en cuenta las alternativas cuyos resultados se contraponen a las expectativas de resultados. Por el contrario, los individuos con una propensión baja al riesgo evadirán disyuntivas que provoquen resultados que varíen con sus expectativas planteadas en un inicio

y es así como se tendrá un comportamiento de bajo riesgo. Bien es sabido que toda actividad emprendedora implica el correr ciertos riesgos e incertidumbre.

Diferentes autores señalan que el riesgo puede afectar el deseo de iniciar actividades complejas, una de ellas la intención de emprender, ya que existe incertidumbre de lo que sucederá al tomar la decisión. Además de que es imposible conocer si el emprendimiento será exitoso o bien terminará en un fracaso, es inevitable sentir miedo el cual también viene asociado al riesgo. Este miedo al fracaso condicionará la conducta emprendedora (Bowen y De Clercq, 2008). De la misma manera, Niess (2014) señala que existe cierta tolerancia al riesgo por parte de los individuos. Es por esta razón que aquellos emprendedores que cuentan con una mayor tolerancia al riesgo tienen más probabilidad de emprender.

Como bien se sabe, no todas las personas tienen la intención de emprender, los autores Hvide y Panos (2014) mencionan que las personas que tienen más tolerancia al riesgo son las que tienen mayor probabilidad de convertirse en emprendedores. Estos autores también señalan que aquellos individuos con mayor propensión al riesgo son los que inician empresas, aquellos que presentan menor propensión al riesgo se encaminan a ser empleados. Por su parte, Audretsch et al. (2004) hace mención que los estudiantes que tienen esa inquietud de emprender se diferencian de los demás, ya que asumen riesgos con mayor disposición. La toma de decisiones bajo riesgo para enfrentar condiciones inciertas se relaciona fuertemente con la actividad empresarial.

Para autores como Korunka et al. (2003), una de las características que deben presentar los emprendedores es la propensión al riesgo. Por las circunstancias que se presentan durante el proceso (inicio-fin), se podría decir que la propensión al riesgo es una situación inherente, imposible de evitar debido a las circunstancias que se presentan en el entorno. Claro está que cuando el individuo percibe un alto grado de riesgo, regularmente se tiene como resultado un miedo mayor al fracaso y la tolerancia a la incertidumbre suele ser menor tal como lo

expone Arenius y Minniti (2005). De manera semejante, Flores (2011) en su artículo “Propensión al emprendimiento” destaca que las personas que son más amantes al riesgo son las que tienen mayores posibilidades de emprender. Suele tener sentido esta última afirmación ya que se entiende que aquellas personas que son más arriesgadas por lógica tendrán menor miedo a fracasar, Por consiguiente, el apostar todo (recursos) será mucho más sencillo. Es importante señalar que cuando una persona se aventura al mundo de lo desconocido, la balanza no se inclina para ningún lado, la posibilidad de tener éxito o fracaso es de un cincuenta por ciento para ambas situaciones; todo dependerá de las circunstancias que se presenten en el entorno.

Con base en lo expuesto, se puede afirmar que la propensión al riesgo debe entenderse como la tendencia que tiene el individuo para optar entre varias alternativas posibles y por lógica elegir la opción con mayores beneficios, aunque tenga menos probabilidad de ocurrencia dependiendo de las situaciones que se presenten. De acuerdo con (Gómez et al. 2016), la propensión al riesgo se puede medir considerando factores como: *deportes y apuestas*, ello hace referencia al nivel de riesgo que los individuos están dispuestos a aceptar ante una situación de juego donde se puede ganar o perder. En este factor lo que se pone en riesgo es el “dinero”, así el sujeto está obligado a correr o no el riesgo dependiendo la decisión que este tome. En segundo lugar, tenemos el factor de *planes a largo plazo*, este factor incluye situaciones donde se toman decisiones de temas diversos, donde los resultados de la decisión tomada no son inmediatamente aparentes. En esta clasificación las puntuaciones más altas indican que el individuo tiende a preferir estrategias con mayor grado de riesgo, pero con menos probabilidad de éxito, sin dejar atrás que lo que se busca es un mayor beneficio el cual se obtendrá después de un lapso de tiempo considerable.

Finalmente, la *gestión de pérdidas* hace alusión a situaciones descritas donde se plantean opciones conservadoras (evitar problemas arriesgados), donde la probabilidad de pérdida es menor y opciones arriesgadas como el apostar todo pueden hacer que el sujeto en consecuencia gane o pierda recursos en mayor

cantidad. De acuerdo con los autores que crearon este instrumento, las respuestas de los participantes se engloban en un término que ellos refieren como “daños de control” donde se presentan escenarios donde ocurren pérdidas por cada una de las opciones. Dichas pérdidas se pueden minimizar cuando se entiende que la probabilidad de éxito es menor, o bien, asumir pérdidas mayores, pero controladas; es así como el sujeto con puntuaciones mayores en esta escala busca una prevención de pérdidas menor, asumiendo un riesgo mayor si la decisión tomada llegará a fracasar.

Por lo antes señalado, es evidente que la propensión al riesgo es un factor que no se puede eludir. En la cotidianidad, el ser humano vive diversas situaciones, las cuales están encaminadas a tomar decisiones y/o solucionar problemas. Estas vienen acompañadas de riesgos, mismos que se tienen que evaluar de manera detallada y a conciencia para obtener el mayor beneficio posible y con ello alcanzar el éxito. En el tema del emprendimiento no es la excepción pues como ya se mencionó anteriormente con cada uno de los autores, el sujeto se dispone a apostar recursos de los cuales es imprescindible el resultado final, se podría decir que es un juego de ganar o perder porque no se tiene veracidad de lo que ocurrirá.

Finalmente, el género también juega su papel en este factor debido a que existen diferencias significativas, tal como lo expone Zeffane (2015) quien menciona que las mujeres a comparación con los hombres están menos predispuestas a correr riesgos, lo que recae, en los resultados finales de emprendimiento. Mientras que Kargwell (2012) señala que, en efecto, las mujeres suelen tener una menor propensión al riesgo, pero también las caracteriza una necesidad de logro mayor. Su personalidad es menos proactiva a comparación de los hombres y poseen un mayor control interno, los cuales son para este autor rasgos característicos femeninos.

3.1.3. Motivación

La motivación es un aliciente para el ser humano. Cada una de las personas busca de forma individual un estímulo que los empuja a llegar a los objetivos planteados. En cuanto al tema de la intención emprendedora, la motivación no se queda atrás ya que los emprendedores se mueven por fuerzas que los incitan a la toma de decisiones en la cuestión del querer emprender. Dichas fuerzas pueden ser internas o externas, en las primeras se pueden encontrar necesidades básicas como el comer, dormir, vestir, etc. (fisiológicas) y en las segundas se pueden encontrar el poder y el dinero. La importancia de estudiar la motivación como un predictor de la intención emprendedora radica en que esta última forma parte de las tareas que hoy en día se están atribuyendo tanto a los gobiernos, como a las universidades de los diferentes países debido a que los emprendedores son quienes detectan las necesidades u oportunidades latentes en el mercado y actúan sobre estas.

La motivación es un estímulo al momento en el que se decide emprender debido a la atracción que ésta causa en el individuo. Petri y Govern (2006) señalan que la motivación se presenta cuando un organismo se mueve por fuerzas que actúan sobre él orientándolo a una acción y guiándolo a alcanzar sus metas u objetivos. Para Alonso (2012) la motivación es aquella que incita al individuo, lo mantiene y dirige hacia el logro de objetivos o bien alcanzar una meta. Marualanda (2016) afirma que la motivación es el factor más significativo de los emprendedores, pues les permite vencer dificultades y se convierte en un aliciente para seguir adelante. Asimismo, Murray (1938) alude al concepto de motivación como el deseo y la forma de hacer las cosas de manera pronta, venciendo obstáculos y alcanzando metas. De esta manera, la motivación es la forma en cómo el ser humano se prueba a sí mismo para enfrentar y superar cada uno de los desafíos que se presentan en el camino.

Como se mencionó en las definiciones, un elemento clave de la motivación son las fuerzas extrínsecas e intrínsecas que confluyen en ella. Las *fuerzas extrínsecas* como su nombre lo indica vienen desde afuera del individuo y en el caso del emprendimiento hacen referencia a los facilitadores que el entorno presenta para la creación de un nuevo negocio (Marulanda y Morales, 2016). En el caso de México, este tipo de motivaciones recae en las acciones que están llevando a cabo para impulsar esa intención emprendedora, tal fue el caso de la creación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) que hoy en día ha desaparecido. A pesar de que el gobierno ha disminuido acciones para motivar a los emprendedores, las universidades también se pueden configurar como una motivación externa, ya que en sus programas de estudios presentan unidades de aprendizaje que fomentan el tema del emprendimiento. Por el contrario, las fuerzas intrínsecas hacen referencia al aspecto personal. García (1992) expone diversas motivaciones relacionadas con la parte personal del individuo como lo son la necesidad de lucro, seguridad, independencia, liderazgo, entre otras. Para Varela y Bedoya (2006), la motivación intrínseca va de la mano con el deseo de superación y avance del individuo la cual se puede situar en el concepto de la autorrealización.

La conducta del emprendedor sobre la intención de emprender un negocio recae en esos alicientes que son importantes para él, es decir ¿Cuáles son esas motivaciones que lo alientan a tomar cierta decisión? Sabiendo que las personas siempre tienen un motivo que provoca que se comporten como lo hacen, los motivos pueden ser innumerables, pero encaminados al mismo objetivo. La motivación es una fuerza que empuja al individuo, lo alienta y alimenta para alcanzar sus metas, no le da oportunidad de regresar, al contrario, lo impulsa a seguir, independientemente de los obstáculos que se presenten en el trayecto y de cuál sea el resultado obtenido.

Sánchez y colaboradores (2012) hacen mención a un proceso de motivación el cual se inicia con el establecimiento de un objetivo. Si se tropicaliza al tema de emprendimiento, se entiende que sería la creación de una nueva empresa.

Posteriormente se elige un curso de acción que se encamine al logro del objetivo y finalmente llevar a cabo la acción, es decir, poner en marcha esa idea de negocio que se tuvo en un inicio. Este autor señala que dentro del proceso intermedio de la motivación se forma la intención. Una vez que la persona tenga una intención bien identificada se debe idear y poner en marcha el plan de acción. Cabe señalar que a pesar de que exista una motivación alta por parte de la persona, el riesgo siempre está latente al igual que la incertidumbre de conocer cuál será el resultado de la toma de decisiones.

Existen diversos teóricos de la motivación, uno de los más representativos es Maslow (1970) quien postuló su teoría humanista donde expone la jerarquía de las necesidades. En la parte inferior posiciona las necesidades fisiológicas (hambre, sed, vestir, etc.) y en la parte superior se observan las necesidades orientadas al crecimiento. Es así como en la cima se encuentra la autorrealización, misma que se vincula con la motivación de crecimiento. Por lo tanto, la intención emprendedora se puede citar en este último peldaño de la pirámide porque es parte de la autorrealización del individuo.

Por otra parte, McClelland (1965) menciona que la necesidad de logro es la principal motivación que permite que el individuo se convierta en emprendedor; sin embargo, existe una influencia social y cultural para que esto se logre. Al igual que Murray, este autor hacía hincapié que el análisis de la fantasía es la mejor forma de lograr motivos, los cuales se dan de manera inconsciente en la mayoría de las ocasiones. McClelland se centró en las problemáticas del crecimiento económico y comportamiento emprendedor mencionando que cualquier nación que tenga la intención de acelerar su progreso económico debería incrementar los niveles de necesidad de logro, dicho concepto atribuible a la motivación. Asimismo, Laufer (1975) deja ver la relevancia que tiene la motivación en el emprendedor y el papel que ésta juega. Ello lo determina a partir del análisis que realiza en su estudio donde habla de motivaciones negativas y positivas. En las primeras hace ver que, si se tiene la intención de emprender por no encontrar trabajo o bien la persona fue

despedida, el resultado del éxito para dicha empresa será malo o nulo. De lo contrario, las motivaciones positivas traen resultados positivos y esto es debido a que el individuo posee un fuerte deseo de autorrealización personal.

De la misma manera, Madsen (1980) define dos tipos de motivos que definen a una persona: los primarios, los conceptualiza como las características innatas, estos son indispensables en el ser humano ya que hacen referencia al tema de supervivencia. Los motivos secundarios los señala como esos que fueron adquiridos a través del aprendizaje y elevan la posibilidad de crecimiento tanto personal como social. La motivación de supervivencia hoy en día alude al punto de que se necesita dinero para sobrevivir; por tanto, el emprendedor tiene esa intención de crear su propio negocio colocando esto como su motivo principal.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que la motivación respecto al emprendimiento se puede ver reflejada por innumerables factores tal como lo expone Sánchez y colaboradores (2012) ya sea por la calidad de vida, situación económica, elección de carrera, rol de la familia y la sociedad, la capacidad para exponerse al riesgo, las experiencias laborales, la autonomía, entre otras. De acuerdo con la importancia que se les den a estas razones se habla de los motivos que incitan u orientan al autoempleo. No necesariamente las personas que deciden o tienen la intención de emprender se van por el tema monetario. Tal como se expone en el Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE), en donde se investiga el nivel de importancia que los alumnos dan a una serie de motivos entre los cuales destacan: poder o prestigio social, éxito personal, motivación por placer y gratificación lúdica, estilo de vida, independencia, libertad, evitar la rutina y realización personal. Este instrumento nos recuerda que la primera etapa a la hora de llevar a cabo un proyecto empresarial comienza con la motivación para emprender.

3.1.4. Locus de control interno

Es natural que las personas tengan control sobre situaciones que son significativas en su vida, esto a su vez permite alcanzar metas planteadas. Cuando se tiene la certeza de que se tiene grado de control, se sabe que se alcanzarán los objetivos, de lo contrario el ser humano se imposibilita y paraliza. Para definir el locus de control interno se puede consultar la teoría de aprendizaje social. La cual hace referencia a que las personas atribuyen a ellos mismos el control de sus recompensas o fracasos, es decir, todos los actos que ellos ejercen son responsabilidad propia.

Rotter (1975) menciona que este control de locus puede ser encaminado de manera interna o externa. El locus de control interno como anteriormente se mencionó pone al sujeto en el entendido de asumir sus propias responsabilidades, si tiene éxito o fracasa dependerá de él. Al definir este concepto enfatiza la creencia en que las acciones que la persona efectúa estipulan los resultados de lo que hace. Por lo tanto, aquellas personas que poseen un locus de control interno elevado opinan que son capaces de controlar los resultados de sus acciones. Este autor también considera una relación de causa-efecto que involucra a la conducta del sujeto y los resultados, independientemente que esto sean buenos o malos, ya que estos estriban de las características personales. Por lo contrario, si se habla de un locus de control externo, el éxito o fracaso depende de otros factores como la casualidad, la oportunidad, la suerte, el destino, entre otros. En pocas palabras, el individuo no tiene forma de controlar dichas situaciones. Para Clachar (1992), el locus de control tiene una relación significativa con el aspecto cultural y empírico, esto en consecuencia da como resultado la forma de pensar y toma de decisiones del individuo.

Para las personas con locus de control interno se generan resultados que impactan directamente en su persona. Se puede hablar del éxito, entonces ahí el sentimiento que provoca este resultado será una entera satisfacción y viceversa, el fracaso llevará a sentir culpa. Es notable cómo el locus de control interno estriba en

la autoestima, ya que por lógica si se tiene éxito aumenta y con el fracaso disminuye (Difabio, 1994). Tal como lo expone Gómez y colaboradores (2015), aquellos individuos que poseen un locus de control interno alto, denotan una autoconfianza mayor, en consecuencia, esto recae en que la probabilidad de iniciar una empresa sea mayor. El locus de control interno se presenta con más fuerza en los jóvenes, analizando el porqué de esta situación, se puede concluir que a esta edad no se tienen tantas responsabilidades como en una edad adulta, por ejemplo, una familia, por lo que es más sencillo arriesgar ya que el miedo del fracaso será menor. Para arrancar una empresa se debe ser consciente de las adversidades que en el camino se pueden presentar, por lo tanto, se debe ser paciente y tolerante.

A pesar de que el locus de control interno lleva a la persona a hacerse responsable de sus propios actos, al momento de crear una empresa existe esa incertidumbre por el resultado que se obtendrá. De ser positivo dicho resultado el individuo se verá motivado; sin embargo, la sociedad juega un papel importante. Si se llega al éxito lo aplaudirá, pero si se fracasa la influencia que esta tenga con el emprendedor será negativa. De ahí que se destaque el rechazo de los jóvenes al emprender, de ahí la importancia de que el locus de control interno sea considerado como una de las características principales del emprendedor.

Por otra parte, el locus de control interno guarda una estrecha relación entre la habilidad, el esfuerzo y la responsabilidad personal de cada uno de los individuos. Ferreira (2012) comparte la idea de que uno de los rasgos de la personalidad que tienen que ver con el emprendimiento es el locus de control interno. Distintos autores hablan en sus investigaciones de las diferencias de género que existen en el locus de control interno. Uno de esos autores es Xiaozhou (2015) quien afirma que hay diferencias significativas, menciona que las mujeres obtienen puntuaciones más bajas a diferencia de los hombres en este factor.

Dicha información coincide con los resultados obtenidos por Maes, et. al. (2014), quienes a través de su estudio pudieron concluir que la falta de control en el momento de convertirse en emprendedores que manifiestan mujeres y hombres da como resultado que los hombres disponen de un mayor control a diferencia de las mujeres, lo anterior puede ser atribuido por los estereotipos, es decir, la idea que se tiene de que los hombres poseen mayores habilidades para iniciar un emprendimiento, en consecuencia, la mujer se siente menos segura de sí misma.

CAPÍTULO IV.

Metodología

4.1. Hipótesis

De acuerdo con el objetivo de esta investigación presentado en el capítulo 1 y con la información teórica presentada en el capítulo 1 y 2, las hipótesis a probar en este estudio se presentan a continuación:

Hipótesis 1. La autoeficacia emprendedora se relaciona positivamente con la intención emprendedora en los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Hipótesis 2. La propensión al riesgo se relaciona positivamente con la intención emprendedora en los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Hipótesis 3. La motivación se relaciona positivamente con la intención emprendedora en los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

Hipótesis 4. El locus de control se relaciona positivamente con la intención emprendedora en los estudiantes del Centro Universitario UAEM Atlacomulco.

4.2. Diseño de investigación

La investigación será de tipo exploratoria y cuantitativa, de diseño no experimental, transversal y correlacional. La presente investigación será exploratoria porque no se encuentran antecedentes de estudios similares que indiquen qué predictores inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Este tipo de estudios es apropiado cuando no se ha explorado lo suficiente un fenómeno o problema de investigación, así como cuando se tienen dudas del mismo. Por consiguiente, es posible familiarizarse más con el fenómeno con la finalidad de profundizar en la investigación de este problema en un contexto en particular (Hernández et al., 2014).

Por otra parte, se empleará el enfoque cuantitativo porque es necesario medir el impacto de estos predictores y examinar la magnitud de cada uno de ellos. Para lograr tal propósito se recolectarán datos con la finalidad de probar las hipótesis planteadas con base en la medición numérica de estos predictores y la variable de criterio. Finalmente, se usará el enfoque cuantitativo para analizar los datos por medio de distintos procedimientos estadísticos (Hernández et al., 2014). Esta investigación será transversal ya que se recolectarán los datos en un solo momento. Por consiguiente, la recolección de los datos y el análisis de los mismos se hace en una sola ocasión. De esta manera, se describen las variables, así como el análisis de las mismas y su posible relación entre ellas en un momento en lo particular (Hernández et al., 2014).

Finalmente, la investigación tiene un alcance correlacional porque las variables se asociarán por medio de un patrón que es estimado. El propósito de este enfoque es identificar la relación y el grado de asociación que se presenta entre dos o más variables después de haber llevado la recolección de los datos en un contexto particular (Hernández et al., 2014).

4.3. Participantes

De acuerdo con los datos proporcionados por el Centro Universitario UAEM Atlacomulco se encuentran estudiando en la licenciatura el Contaduría un total de 229 alumnos de los cuales 96 cursan el 6° y 8° semestre, así como un total de 230 alumnos en la licenciatura en Administración, representando un total 89 alumnos del 6° y 8° semestre.

Tabla 1. Distribución de los alumnos de la Licenciatura en Contaduría y Administración

Licenciatura	No. de alumnos		
	6°	8°	Total
Contaduría	50	46	96
Administración	47	42	89

Fuente: Elaboración propia con datos del CU UAEM Atlacomulco (2022).

Tabla 2. Información demográfica de los estudiantes del Centro Universitario
UAEM Atlacomulco

Indicador	Detalle	Valor	Porcentaje total
Edad	19	4.8%	100%
	20	20.1%	
	21	26.8%	
	22	34.9%	
	23	5.7%	
	24	5.3%	
	25	1.4%	
	29	1.0%	
Sexo	Hombres	36.4%	100%
	Mujeres	63.6%	
Estado civil	Casado (a)	3.8%	100%
	Soltero (a)	96.2%	
Carrera	Contaduría	51.8%	100%
	Administración	48.2%	
Semestre	6°	52.4%	100%
	8°	47.6%	

Fuente: Elaboración propia basada en información de control escolar (2022).

4.4. Instrumentos de medición y operacionalización de variables

El nombre de los instrumentos, así como los reactivos que serán usados para la recolección de datos están distribuidos de acuerdo como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Distribución de reactivos por instrumento

Variable	Instrumento	Número de reactivos
Intención emprendedora	Reactivos propuestos por Rueda, Moriano, Liñán (2015).	4
Autoeficacia emprendedora	Adaptación española del Corporate Entrepreneurial Self-Efficacy Scale propuesta por Moriano et al. (2012).	37
Propensión al riesgo	Factorial Objective Risk Test de Sueiro et al. (2011).	30
Motivación	Reactivos propuestos por Gálvez et al. (2020)	5
Locus de control	Levenson's Locus of Control Scale (1973).	24

Fuente: Elaboración propia (2022).

La **intención emprendedora** será medida a través de una escala integrada por cuatro reactivos. Cada una de las preguntas tuvieron opción de respuesta mediante la escala Likert con cinco opciones que van del 1 al 5 donde uno refiere a una negativa total y cinco a una concordancia total. 1 (nada importante), 2 (poco importante), 3 (medianamente importante), 4 (importante) y 5 (muy importante). Los reactivos se agrupan en una sola dimensión. Esta escala fue retomada de Rueda et al. (2015). Los autores a través de los ítems valoran diferentes afirmaciones direccionadas a la creación de empresas.

Tabla 4. Dimensiones de la intención emprendedora.

Variable	Dimensión
Intención emprendedora	Unidimensional

Fuente: Elaboración propia con base en Rueda et al. (2015)

Los reactivos que permiten hacer una medición sobre la intención emprendedora se observan en la tabla 5.

Tabla 5. Reactivos de la intención emprendedora

Variable	Reactivos
Intención emprendedora	Probabilidad de llegar a crear una empresa algún día. Disposición a esforzarse lo necesario para ser empresario. Decisión de crear una empresa en el futuro. Objetivo profesional de ser empresario.

Fuente: elaboración propia con base en Rueda et al. (2015)

La **autoeficacia emprendedora** se examinará a través de la adaptación española del Corporate Entrepreneurial Self-Efficacy Scale propuesta por Moriano et al. (2012). La escala original fue creada por De Noble et al. (1999) y está compuesta por 37 reactivos. El formato de esta escala es de tipo Likert con 5 opciones de respuesta que oscilan entre 1 (nunca) y 5 (siempre). Los reactivos se agrupan en siete dimensiones: Desarrollar productos y oportunidades de mercado (5 reactivos), Crear un entorno innovador (4 ítems), Definir los objetivos principales (4 reactivos), Afrontar retos inesperados (3 ítems), Crear y dirigir el equipo (4 reactivos), Desarrollar conducta estratégica (6 ítems), Liderazgo (6 ítems), Desarrollar oportunidades (5 ítems).

Tabla 6. Dimensiones de la autoeficacia emprendedora

Variable	Dimensión
Autoeficacia emprendedora	Desarrollar oportunidades
	Crear un entorno innovador
	Definir los objetivos principales
	Afrontar retos inesperados
	Crear y dirigir equipos
	Desarrollar una conducta estratégica
	Liderazgo

Fuente: elaboración propia con base en Moriano et al. (2012)

Los reactivos que permiten hacer una medición sobre la autoeficacia se observan en la tabla 7.

Tabla 7. Reactivos de la autoeficacia emprendedora

Variable	Reactivos
Desarrollar oportunidades	<p>Crear productos que satisfagan las necesidades no cubiertas de los consumidores.</p> <p>Recibir el feedback del proyecto de los clientes y hacer los cambios necesarios.</p> <p>Calcular potenciales ingresos para un nuevo producto o servicio.</p> <p>Cultivar la relación con un cliente estratégico que se identifique con tu visión de negocio.</p>
Crear un entorno Innovador	<p>Crear un ambiente de trabajo donde los miembros de tu equipo se sientan libres para expresar ideas creativas</p> <p>Crear un ambiente de trabajo que ofrezca oportunidades para tener mayor autonomía y autoridad.</p> <p>Animar a la gente a tomar la iniciativa y a asumir responsabilidades de sus ideas y decisiones, independientemente del resultado.</p>
Definir los objetivos principales	Desarrollar una visión que inspire a los otros en el apoyo de un nuevo proyecto empresarial

	<p>Demostrar sintonía entre un proyecto y los objetivos financieros y estratégicos de la organización.</p> <p>Mantener claro el objetivo para llegar a la meta final.</p>
Afrontar retos Inesperados	<p>Ser flexible ante los cambios internos y externos del entorno.</p> <p>Dirigir con creatividad y resolver problemas.</p> <p>Trabajar productivamente bajo continuo estrés, presión y conflicto.</p>
Crear y dirigir equipo	<p>Establecer un enfoque de colaboración y de trabajo en equipo para llevar a cabo un nuevo proyecto.</p> <p>Fomentar el apoyo a otros.</p> <p>Alentar al equipo para que establezca objetivos razonables.</p>
Desarrollar una conducta estratégica	<p>Gestionar áreas críticas de riesgo con las personas que toman las decisiones clave.</p> <p>Vender la idea a múltiples niveles de la dirección.</p> <p>Comunicar internamente un nuevo proyecto a los principales accionistas.</p> <p>Presionar a la alta dirección para obtener recursos adicionales para conseguir que se realice un nuevo proyecto.</p> <p>Presentar ideas controvertidas o no convencionales a los que toman las decisiones para que las consideren</p>
Liderazgo	<p>Generar la percepción de éxito en las primeras etapas de un nuevo proyecto.</p> <p>Crear la percepción de éxito temprano conforme a un proyecto adquiere fuerza.</p> <p>Celebrar los éxitos de tu equipo con recompensas significativas, individuales y/o colectivas.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Moriano et al. (2012)

La **propensión al riesgo** se medirá mediante el Factorial Objective Risk Test creado por Sueiro y colaboradores (2011). Este instrumento incluye 30 reactivos agrupados en tres dimensiones: ganar o perder, planes a largo plazo y prevención de pérdidas. Por medio de este instrumento se les pide a los participantes que elijan

una de las tres posibles opciones que se les presentan en 30 diferentes situaciones. En cada opción los participantes tienen que estimar la probabilidad de éxito y ganancia que se les muestra para tomar una decisión basándose en el riesgo que ellos estén considerando. Las opciones que son más arriesgadas otorgan una puntuación más alta en la estimación global de la propensión al riesgo. La versión en español que fue empleada en esta investigación fue la propuesta por Sueiro et al. (2011).

Tabla 8. Dimensiones de propensión al riesgo

Variable	Dimensión
Propensión al riesgo	Ganar o perder
	Planes a largo plazo
	Prevención de pérdidas

Fuente: elaboración propia con base en Sánchez-Iglesias y Sueiro (2010).

Los reactivos que permiten hacer una medición sobre la propensión al riesgo se observan en la tabla 9.

Tabla 9. Reactivos de la propensión al riesgo

Variable	Reactivos
Ganar o perder	<p>Le ofrecen tres oportunidades de negocio entre las que deben escoger.</p> <p>Se dispone a apostar entre tres posibles jugadas de un juego de azar.</p> <p>Usted compite en una competición de esquí y puede escoger entre trespistas que le dan desiguales oportunidades de victoria.</p> <p>Usted es entrenador de un equipo deportivo y debe elegir entre técnicas de juego distintas.</p> <p>En el casino, se ve con tres fichas de apostar en la ruleta. Apostará las tres fichas.</p>

Planes a largo plazo

En una escudería de Fórmula 1 desarrollan tres motores experimentales. Como responsable del equipo, le asignas al piloto.

Escalas una montaña, compitiendo con otros equipos, por el premio "Al Filo de lo Difícil". Usarás uno de estos tres caminos:

Elige entre estos juegos de azar.

Un partido político está preparando su campaña electoral para las próximas elecciones. Elige entre las tres estrategias siguientes.

Una comisaría de policía desea poner en práctica un nuevo plan para prevenir la delincuencia. Hay tres opciones posibles.

En la compra de tu nueva vivienda, te ves obligado a escoger una de las siguientes opciones hipotecarias.

Se acercan las rebajas y es el momento de comprar un artículo que hace tiempo deseabas tener:

Como responsable del gobierno, debes promover un plan para luchar contra la corrupción. Te encuentra con tres alternativas.

Planeas el robo del siglo, el cual te permitirá retirarte. Debes elegir entre tres posibles objetivos.

Te han encontrado cometiendo el robo del siglo, y ahora planeas escapar de la cárcel. Tienes tres opciones de fuga. Cuál eliges.

Para seguir siendo competitivo con tu cultivo de maíz, decides usar uno de estos tres métodos.

Eres directivo de una empresa, y debes de elegir la estrategia para el siguiente trienio.

Prevención de pérdidas

Las nuevas tecnologías permiten que tú, como doctor, recomiendes a tus pacientes una de estas intervenciones para la fecundación in-vitro.

Una epidemia amenaza la vida de 600 personas. Elige entre los tres posibles planes de emergencia existentes, el que te parezca más adecuado.

Es necesario enviar 1000 invitaciones urgentes para un evento próximo. Hay tres empresas de transporte entre las que debes elegir.

Una empresa de conservas ha de comprar maquinaria para envasar dos millones de latas de mejillones. Debes decidir entre tres máquinas.

En una oficina se necesita completar un trabajo urgente, el cual consiste en presentar doce informes. Debes elegir entre tres empleados para encomendarles el trabajo.

La NASA desea equipar a su nueva sonda espacial con una nueva cámara para tomar fotos del espacio. Escoge entre los modelos de cámaras según su rendimiento.

Una epidemia amenaza el ganado de una granja lechera. Hay 20 vacas enfermas y tres tratamientos veterinarios disponibles.

Un coleccionista debe verificar la autenticidad de 20 piezas de arte en un tiempo determinado. Para ello dispone de tres métodos.

Dos niños, uno sano y otro débil, necesitan vacunarse para no enfermar. Sólo se tiene un frasco de vacuna. Le darás.

Queda una semana para los exámenes finales, y tienes que decidir qué hacer con tus nueve asignaturas.

Te encuentras en la guerra y eres responsable de la seguridad de 20 soldados. Elige tu estrategia para el combate.

En una isla desierta, un grupo de supervivientes deben racionar la comida y el agua mientras esperan para ser rescatados. Hay tres posibles estrategias de racionamiento.

Una plaga amenaza tu cosecha de uvas. Hay tres pesticidas disponibles, de distinta virulencia. Elige uno.

Fuente: elaboración propia con base en Sánchez-Iglesias y Sueiro (2010).

La **motivación** se examinará por medio de cinco reactivos propuestos por Gálvez, et. al. (2019). El objetivo de la construcción de estos reactivos es examinar la motivación que puede tener una persona para la creación de una empresa. Las opciones de respuesta para contestar los reactivos fueron: 1) Nada importante, 2) Poco importante, 3) Más o menos importante 4) Importante y 5) Muy importante.

Tabla 10. Dimensiones de la motivación

Variable	Dimensión
Motivación	Unidimensional

Fuente: elaboración propia con base en Gálvez et al. (2019).

Los reactivos que permiten hacer una medición sobre la motivación se observan en la tabla 11.

Tabla 11. Reactivos de la motivación

Variable	Reactivos
Motivación	Obtener recompensas económicas (incrementar ingresos, entre otros). Tener independencia/autonomía (libertad personal, ser su propio jefe, entre otros).

Lograr recompensas personales (crecimiento personal, probar que es capaz de hacerlo, entre otros).

Obtener seguridad familiar y personal (asegurar su futuro y de su familia, tradición familiar, entre otros).

Invertir y conseguir un patrimonio personal.

Fuente: elaboración propia con base en Gálvez et al. (2019).

Finalmente, el **Locus de control** se evaluará a través de la escala de Levenson (1973) la cual se integra de 24 reactivos que son medidos mediante la escala Likert. Las opciones de respuesta fueron: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) En desacuerdo, 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4) De acuerdo y 5) Totalmente de acuerdo. Las dimensiones que estructuran este factor son: influencia de otros y creencia en la suerte.

Tabla 12. Dimensiones de locus de control

Variable	Dimensión
Locus de control	Influencia de otros
	Creencia en la suerte

Fuente: elaboración propia con base en Levenson (1973).

Los reactivos que permiten hacer una medición sobre el locus de control se observan en la tabla 13.

Tabla 13. Reactivos del locus de control

Variable	Reactivos
Influencia de otros	Yo siento que lo que pasa en mi vida está muy determinado por la gente que tiene poder (ricos, políticos). A pesar de estar bien capacitado, no conseguiré un buen empleo a menos que alguien haga uso de sus influencias.

Yo creo que los ricos y políticos controlan mi vida de muchísimas maneras diferentes.

La gente como yo tiene poca oportunidad de defender sus intereses personales cuando esos intereses entran en conflicto con los grupos poderosos (ricos, políticos).

En este país, para que uno logre lo que quiere, necesariamente tiene que esforzarse.

Yo siento que la gente que tiene un poder sobre mí (padres, familia, cónyuges, jefes, etc.) trata de decidir lo que sucederá en mi vida.

Creencia en la suerte Mi vida ha sido influenciada por sucesos inesperados.
Claramente, a veces no puedo evitar tener mala suerte en mis asuntos personales.
Como soy afortunado siempre, las cosas me salen bien.
He descubierto que si algo va a suceder, ello sucede independientemente de lo que yo haga.
Si tengo un accidente automovilístico, ello se debe a mi mala suerte.
No siempre es apropiado para mí planear por adelantado porque de todas maneras muchas cosas resultan ser asunto de buena o mala suerte.
El que yo llegue a ser un líder dependerá de la suerte que yo tenga.
Tener pocos o muchos amigos depende del destino de cada uno.

Fuente: Elaboración propia con base en Levenson (1973).

4.5. Procedimiento de recolección de datos

La técnica para recopilar la información fue una encuesta auto-administrada, mediante un cuestionario que mide la intención emprendedora, los cuatro predictores y sus dimensiones. El cuestionario fue aplicado en el Centro Universitario UAEM Atlacomulco de manera electrónica mediante la aplicación de Google Forms durante el mes de abril del 2022, para ser contestado en un tiempo promedio de 45 minutos. La aplicación se realizó de forma digital. El cuestionario se encuentra en el Anexo I de este documento.

4.6. Técnica de análisis de datos

Análisis descriptivo y confiabilidad

Los análisis descriptivos que se llevaron a cabo incluyen la media, moda, mediana y la desviación estándar para cada una de las variables de estudio. Estos datos permitieron conocer los niveles de los cuatro predictores y la variable de criterio. Además de este análisis, se realizó un análisis de consistencia interna por medio del Alfa de Cronbach para estimar la confiabilidad de los instrumentos.

Prueba de hipótesis

Las hipótesis que se formularon se analizaron en un primer momento por medio del coeficiente de correlación de Pearson porque permite medir el grado de covariación que se presenta entre las variables relacionadas linealmente (Tabachnick & Fidell, 2001). Posteriormente, se realizó un Análisis de Regresión Lineal Múltiple con la finalidad de determinar el grado con el que los cuatro predictores explican la varianza de la variable de criterio.

CAPÍTULO V

Análisis y resultados

5.1. Resultados descriptivos

El análisis de los datos que se obtuvo en las encuestas se realizó a través del programa estadístico SPSS 24.0. En el primer apartado del capítulo se muestran los resultados descriptivos de los predictores: autoeficacia emprendedora, propensión al riesgo, motivación, locus de control e intención emprendedora. Para dar respuesta a la hipótesis planteada, se presenta la relación entre cada uno de los predictores con la intención emprendedora.

Tabla 14. Media y desviación estándar de las dimensiones de los predictores y la variable de criterio.

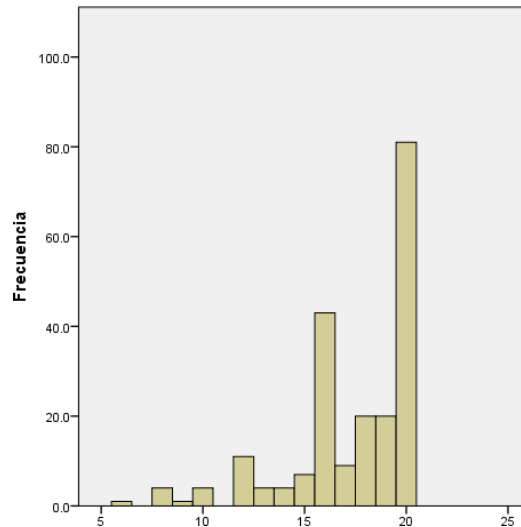
Predictores	Media	Desviación estándar
Influencia de otros	21.31	4.044
Creencia en la suerte	21.92	4.081
Desarrollar oportunidades	16.22	2.878
Crear un entorno innovador	12.65	2.132
Definir objetivos	13.00	2.196
Afrontar retos inesperados	11.98	1.978
Crear y dirigir equipos	12.99	2.133
Desarrollar conducta estratégica	19.17	3.470
Liderazgo	12.25	2.239
Motivación	21.71	3.155
Ganar o perder	15.44	2.745
Planes a largo plazo	19.24	2.540
Prevención de pérdidas	24.69	3.379
Intención emprendedora	17.38	3.061

Fuente: Elaboración propia (2022).

Resultados descriptivos para medir la intención emprendedora

Para medir la intención emprendedora se aplicaron cuatro reactivos los cuales arrojaron la puntuación total que se aprecia en la Gráfica 1.

Gráfica 1. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora

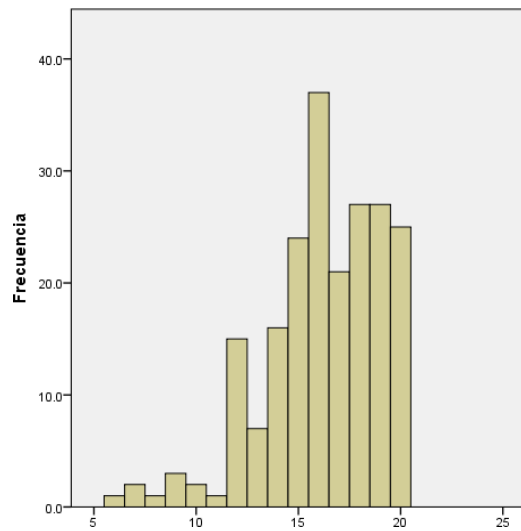


Fuente: Elaboración propia (2022).

Resultados descriptivos para medir la autoeficacia emprendedora

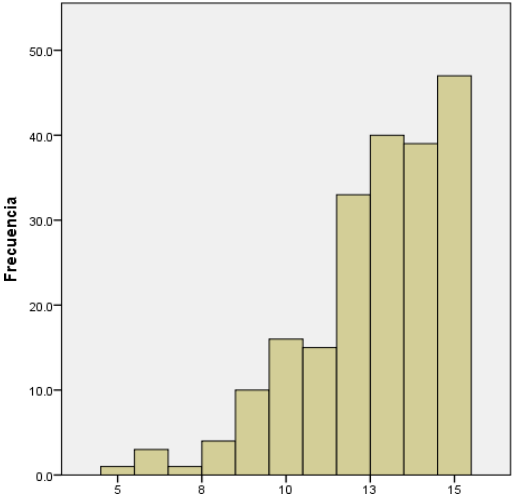
Para medir la autoeficacia emprendedora se utilizaron seis dimensiones que al ser analizadas arrojaron los datos que aparecen en cada una de las Gráficas que a continuación se presentan:

Gráfica 2. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados



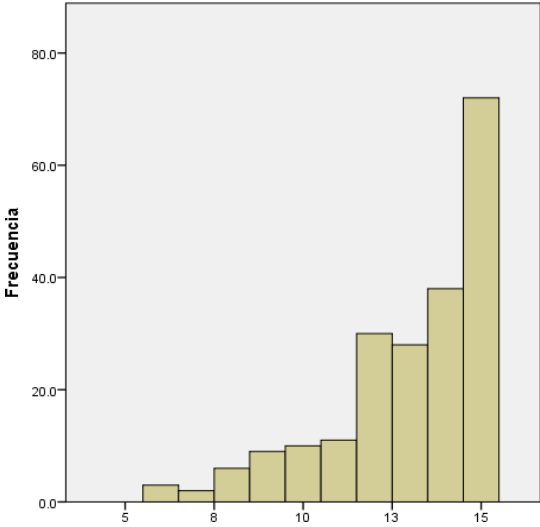
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 3. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador



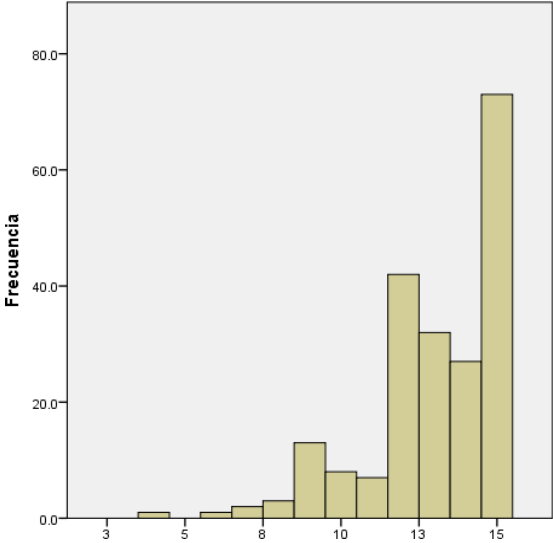
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 4. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos



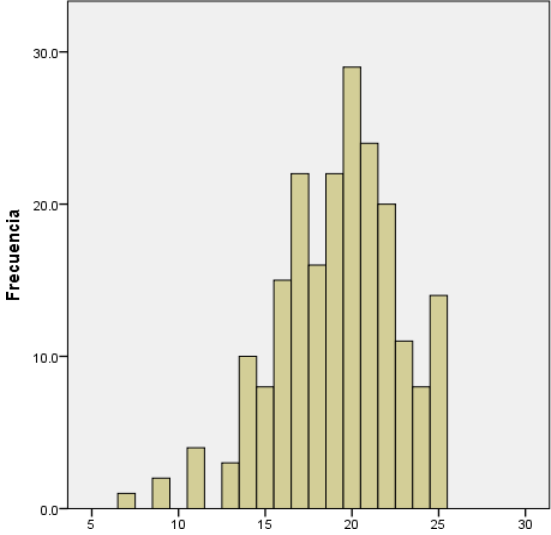
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 5. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos



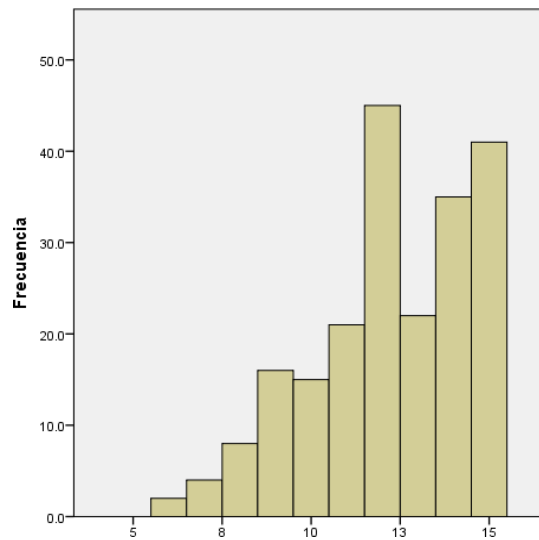
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 6. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar una conducta estratégica



Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 7. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo

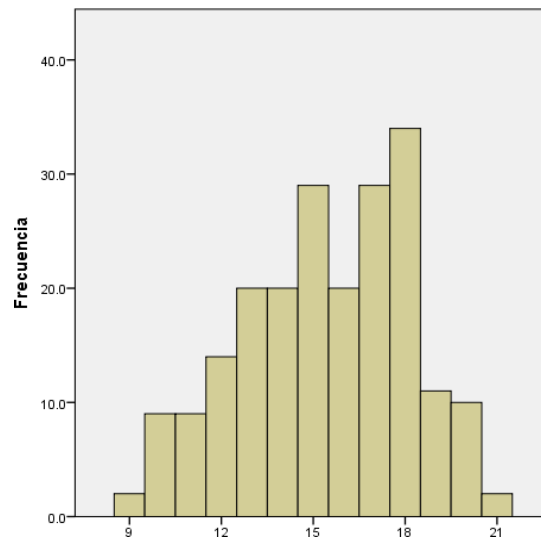


Fuente: Elaboración propia (2022).

Resultados descriptivos para medir la propensión al riesgo

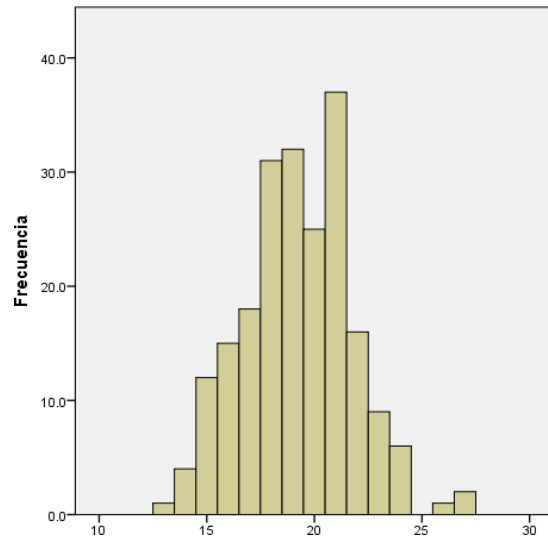
La propensión al riesgo se midió a través de tres dimensiones y se puede observar en cada Gráfica cuales presentan mayor y menor puntuación.

Gráfica 8. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder



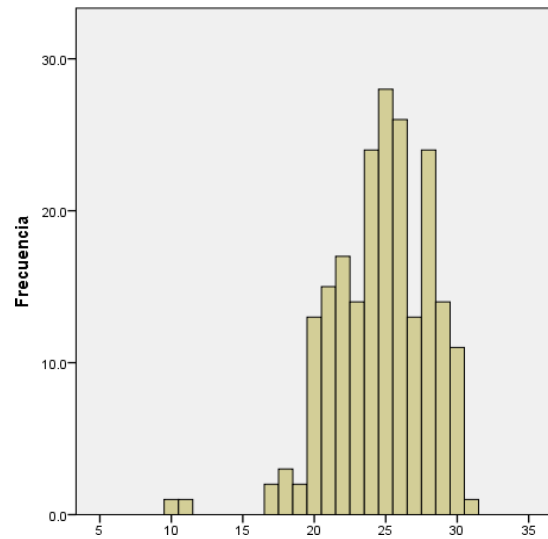
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 9. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo



Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 10. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas

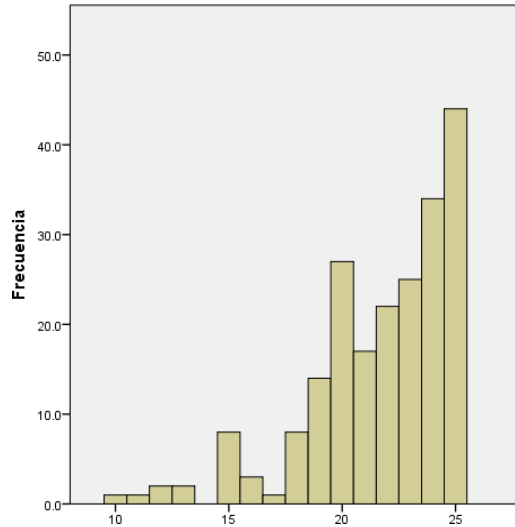


Fuente: Elaboración propia (2022).

Resultados descriptivos para medir la motivación:

La Gráfica 11 muestra los resultados obtenidos al sumar todos los reactivos pertenecientes al predictor de motivación.

Gráfica 11. Puntuaciones obtenidas en la motivación

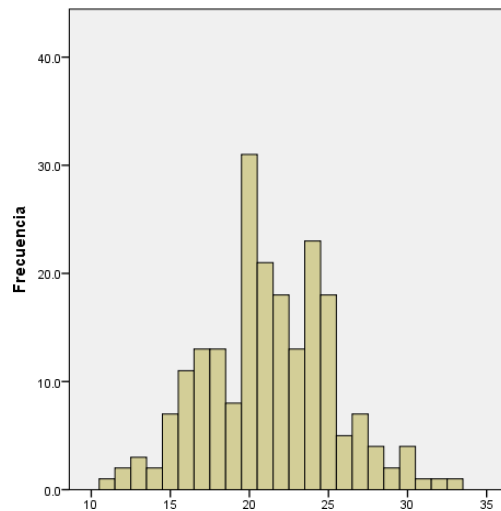


Fuente: Elaboración propia (2022).

Resultados descriptivos para medir el locus de control interno

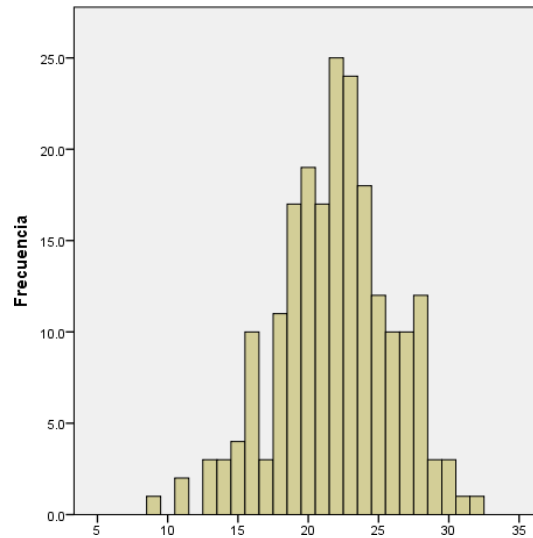
Para analizar el locus de control interno se aplicaron tres dimensiones las cuales arrojaron los resultados que se presentan en las Gráficas que se presentan a continuación.

Gráfica 12. Puntuaciones obtenidas en la dimensión de Influencia de otros



Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 13. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte



Fuente: Elaboración propia (2022).

Una vez analizadas las variables de estudio, se llevaron a cabo una serie de pruebas estadísticas con el propósito de identificar algunas posibles diferencias significativas en las puntuaciones de las variables de estudio entre hombres y mujeres. Para llevar a cabo estos análisis se utilizó la Prueba t de Student. Los resultados encontrados se muestran en la tabla 15.

Tabla 15. Prueba t

Predictor	Sexo		
	Hombre	Mujer	t
Desarrollar oportunidades	15.63	16.55	2.237*
Crear un entorno innovador	12.11	12.96	2.843**
Definir objetivos	12.38	13.36	3.168**
Crear y dirigir equipos	12.45	13.30	2.829**
Liderazgo	11.70	12.56	2.733**
Motivación	20.80	22.23	3.223**

*= $p < 0.05$; **= < 0.01

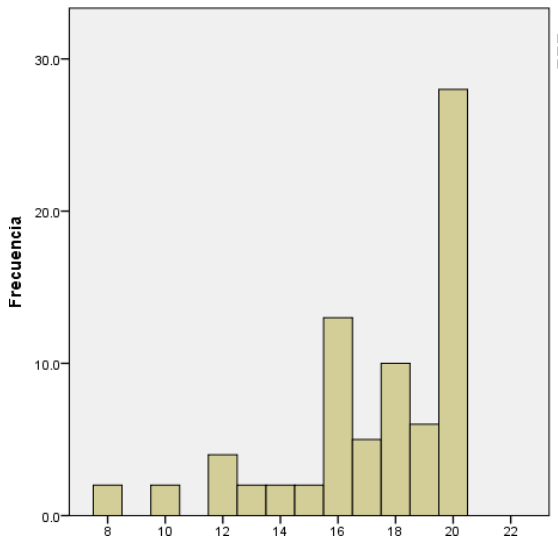
Fuente: Elaboración propia (2022).

Nota: No se encontraron diferencias significativas en las otras variables de estudio.

A continuación, se presentan los histogramas pertenecientes a los hombres y las mujeres con la finalidad de observar las puntuaciones encontradas en las variables de estudio.

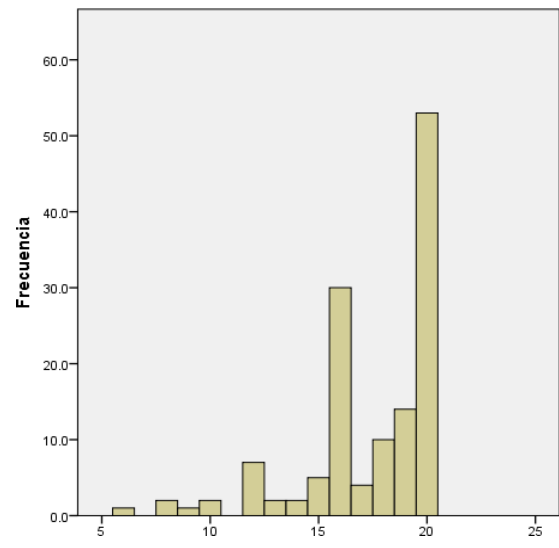
Variable de criterio: Intención emprendedora

Gráfica 14. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora (hombres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

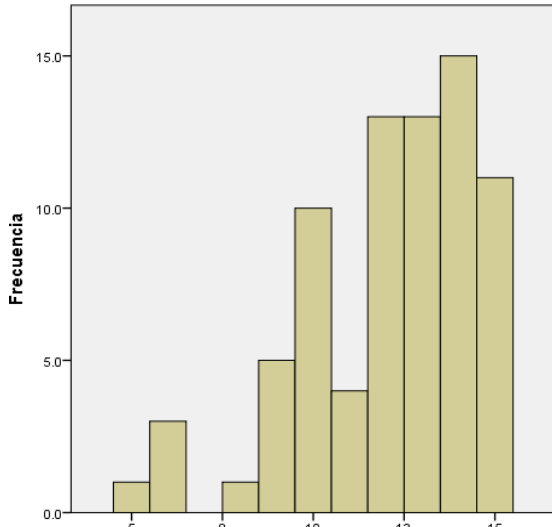
Gráfica 15. Puntuaciones obtenidas en la intención emprendedora (mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

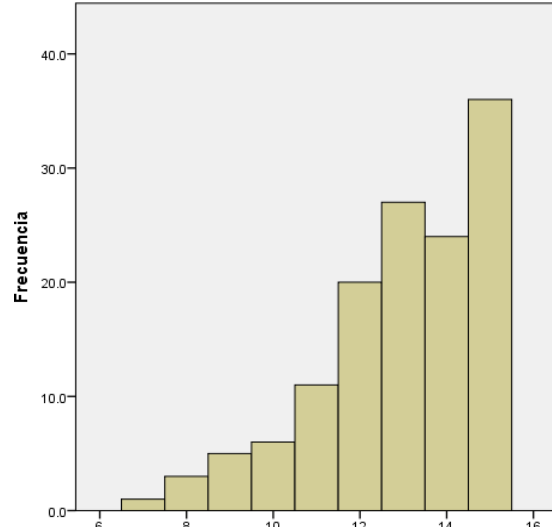
**Predictor: Autoeficacia
Emprendedora**

Gráfica 18. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador (hombres)



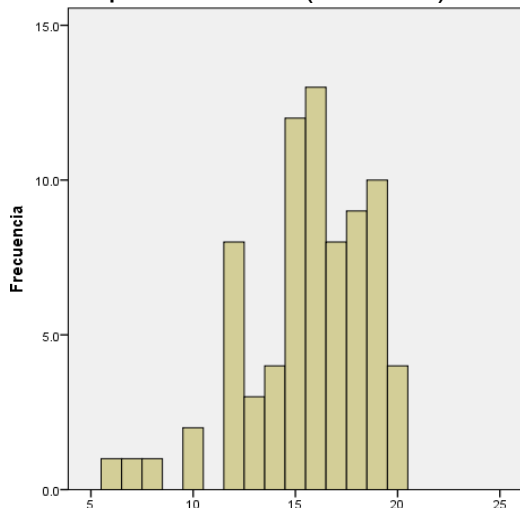
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 19. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear un entorno innovador (mujeres)



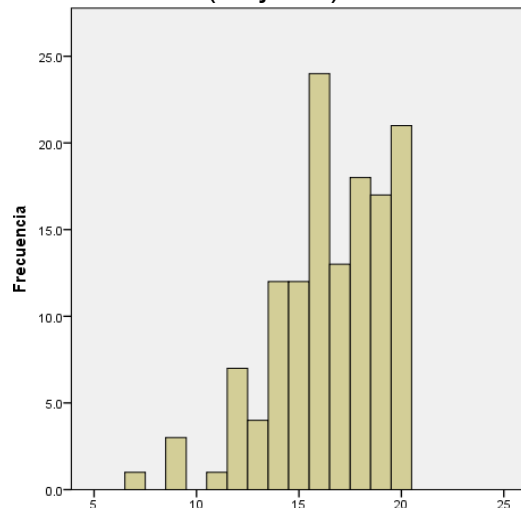
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 16. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar oportunidades (hombres)



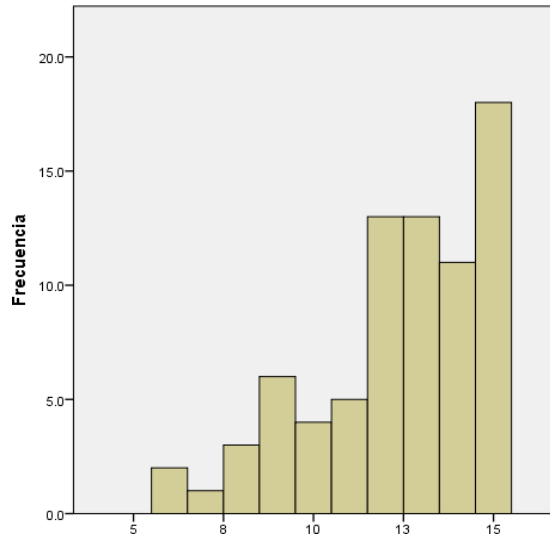
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 17. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollar oportunidades (mujeres)



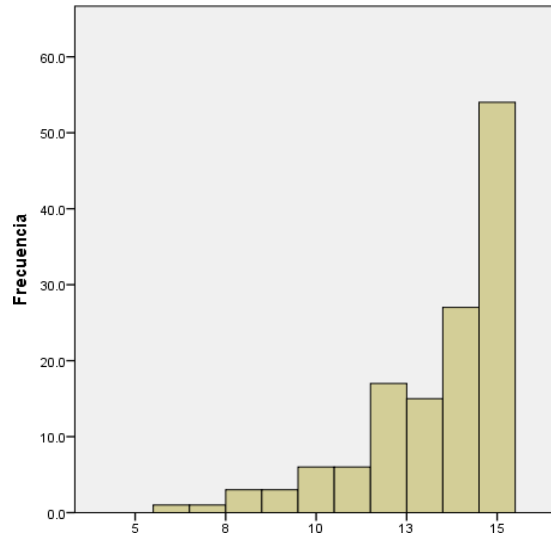
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 20. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos (hombres)



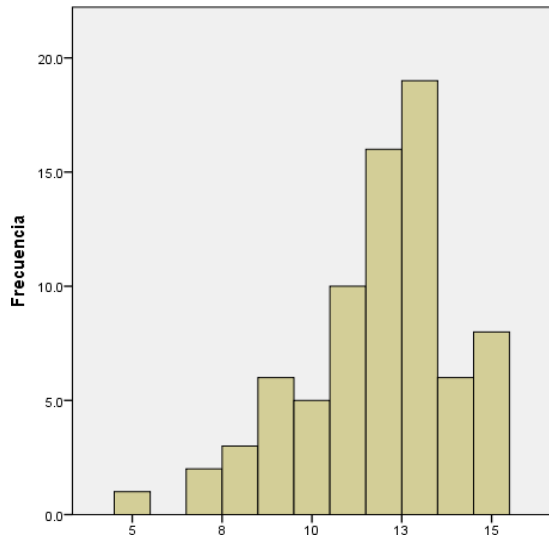
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 21. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Definir objetivos (mujeres)



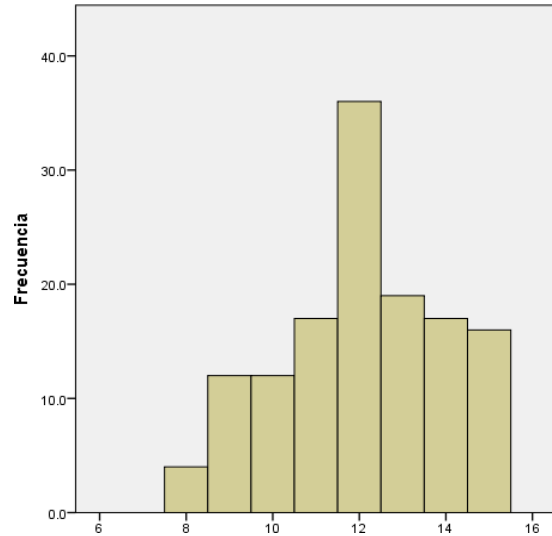
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 22. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados (hombres)



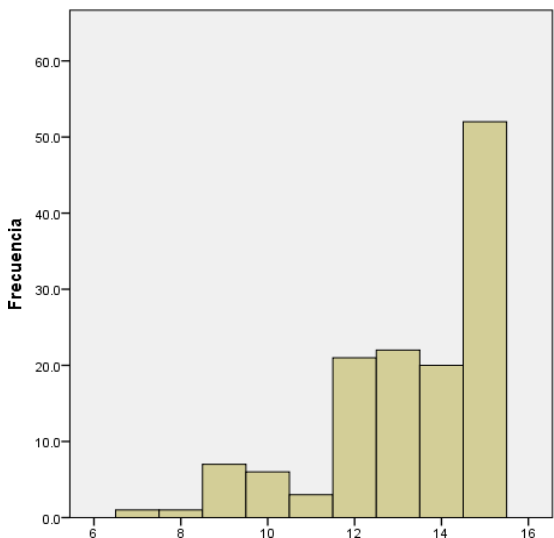
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 23. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Afrontar retos inesperados (mujeres)



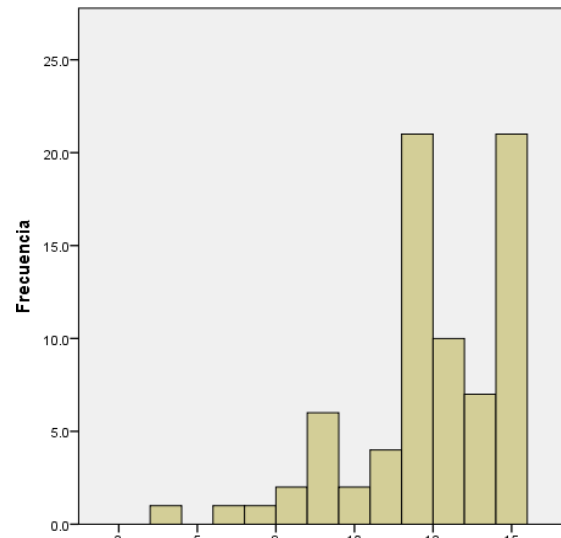
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 24. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos (hombres)



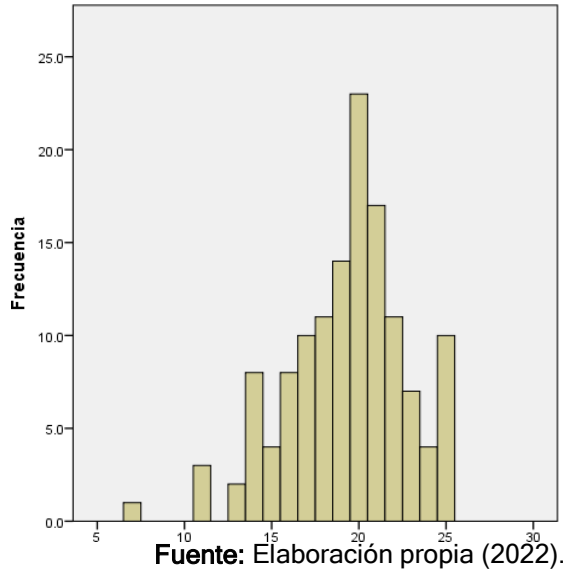
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 25. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Crear y dirigir equipos (mujeres)

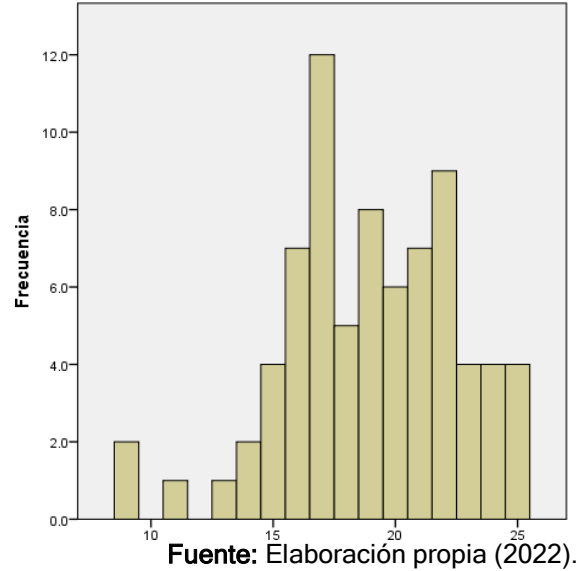


Fuente: Elaboración propia (2022).

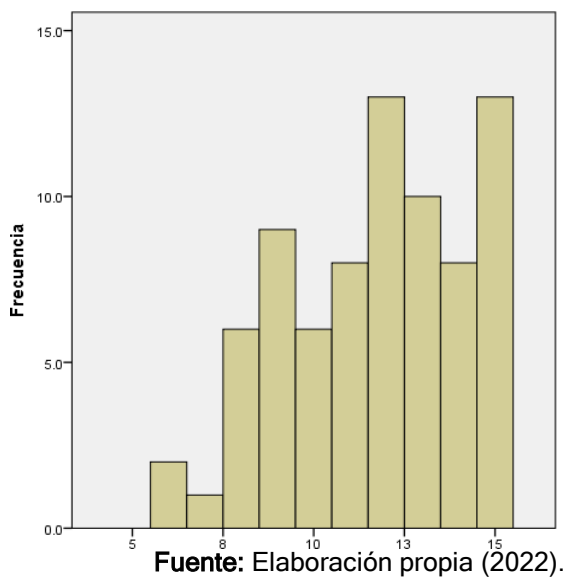
Gráfica 26. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollo de una conducta estratégica (hombres)



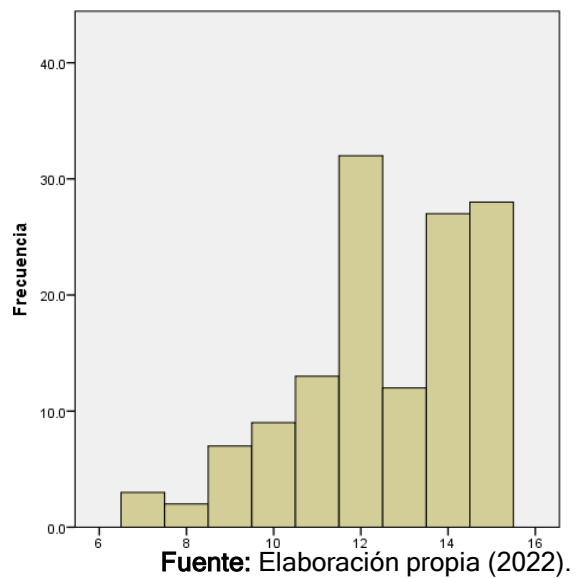
Gráfica 27. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Desarrollo de una conducta estratégica autónoma (mujeres)



Gráfica 28. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo (hombres)

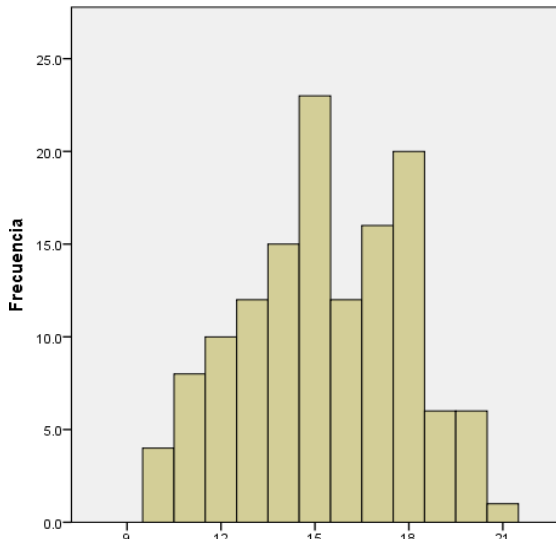


Gráfica 29. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Liderazgo (mujeres)



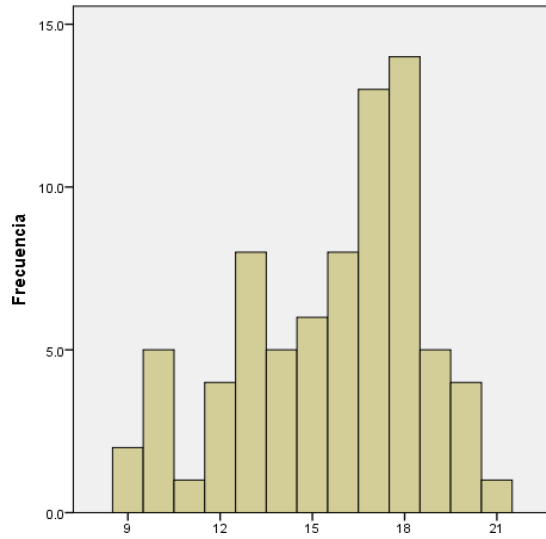
Predictor: Propensión al riesgo

Gráfica 30. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder (hombres)



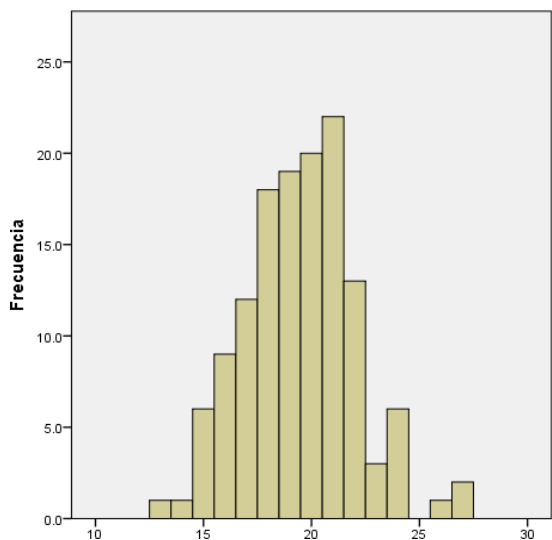
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 31. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Ganar o perder (mujeres)



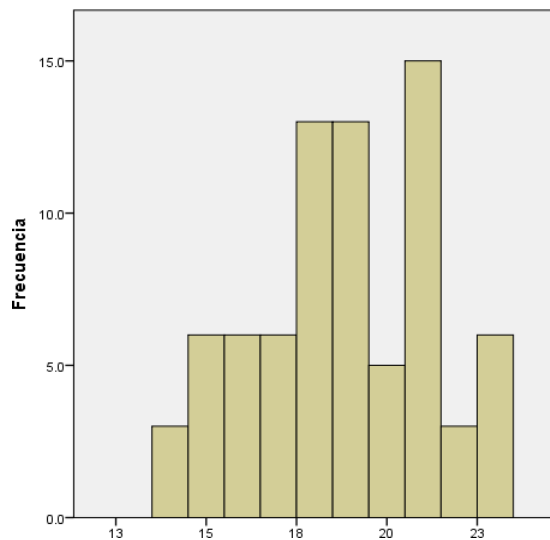
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 32. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo (hombres)



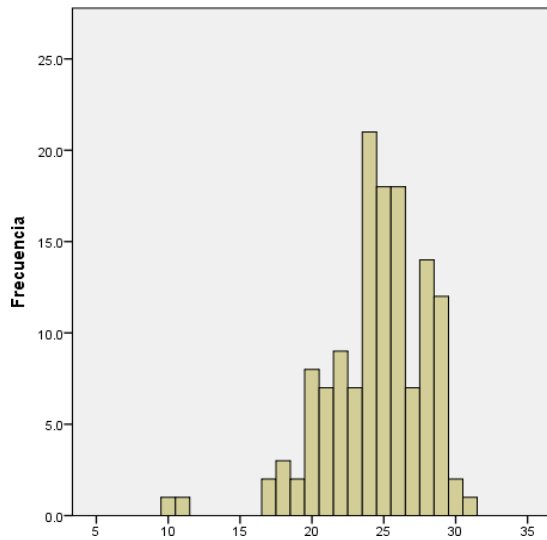
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 33. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Planes a largo plazo (mujeres)



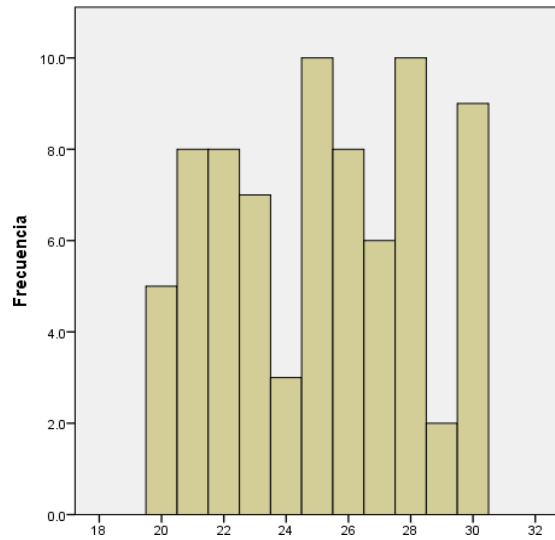
Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 34. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas (hombres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

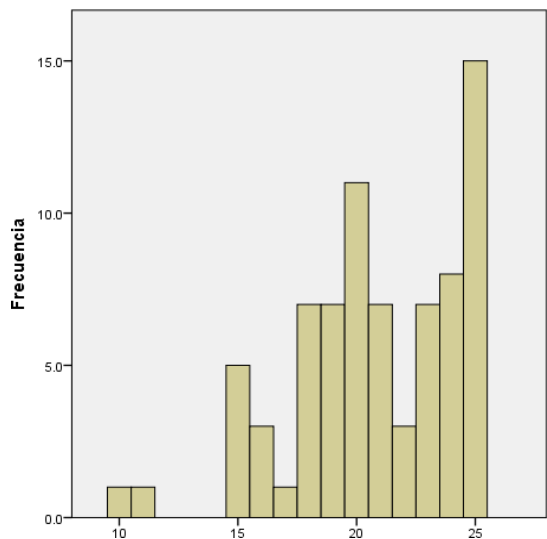
Gráfica 35. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Prevención de pérdidas (mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

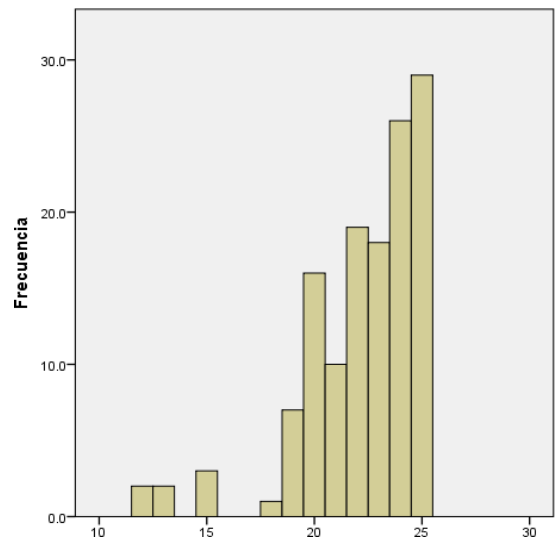
Predictor: Motivación

Gráfica 36. Puntuaciones obtenidas en la motivación (hombres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

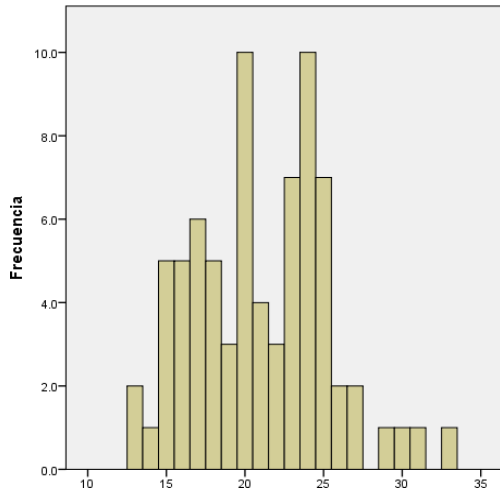
Gráfica 37. Puntuaciones obtenidas en la motivación (mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

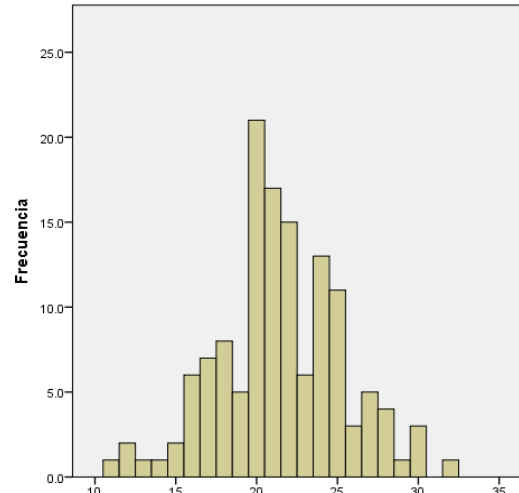
Predictor: Locus de Control

Gráfica 38. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Influencia de otros (hombres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

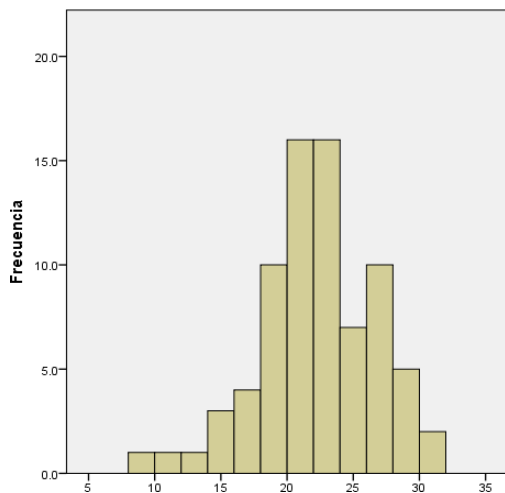
Gráfica 39. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Influencia de otros (mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

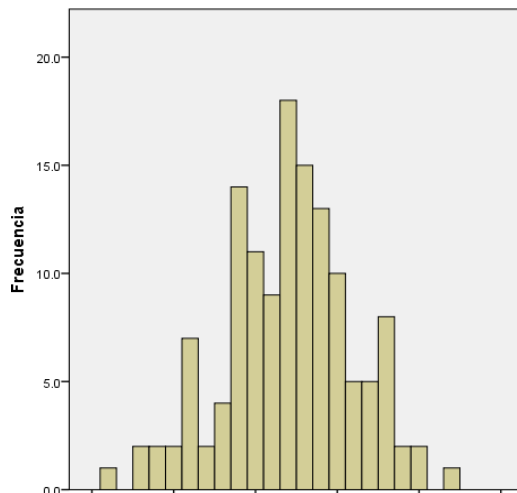
Predictor: Creencia en la suerte

Gráfica 40. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte (hombres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

Gráfica 41. Puntuaciones obtenidas en la dimensión Creencia en la suerte (mujeres)



Fuente: Elaboración propia (2022).

Posteriormente se detectaron otras diferencias significativas entre el 6° y 8° semestre. A continuación, se muestran los resultados encontrados:

Predictor	Semestre		
	6°	8°	t
Desarrollar oportunidades	16.73	15.81	2.308*
Crear un entorno innovador	13.00	12.38	2.118*
Crear y dirigir equipos	13.33	12.73	2.033*
Prevención de pérdidas	24.13	25.13	-2.137*

*= $p < 0.05$; **= < 0.01

Fuente: Elaboración propia (2022).

Finalmente se llevó a cabo una comparación entre las carreras de Contaduría y Administración. Los resultados obtenidos no mostraron diferencias significativas entre ambos grupos.

Tabla 16. Estadísticos descriptivos y correlaciones bivariadas.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1 Influencia de otros	---													
2 Creencia en la suerte	0.58**													
3 Desarrollar oportunidades	-0.07	0.04												
4 Crear un entorno innovador	-0.12	0.01	0.77**											
5 Definir objetivos	-0.14*	-0.00	0.80**	0.84**										
6 Afrontar retos inesperados	0.00	0.06	0.55**	0.56**	0.58**									
7 Crear y dirigir equipos	-0.17*	-0.04	0.70**	0.76**	0.78**	0.49**								
8 Desarrollar una conducta estrat.	-0.04	0.07	0.59	0.54**	0.53**	0.58**	0.59**							
9 Liderazgo	-0.00	0.23**	0.53**	0.58**	0.58**	0.47**	0.59**	0.60**						
10 Motivación	0.06	0.02	0.43**	0.49**	0.54**	0.33**	0.49**	0.25**	0.44**					
11 Ganar o perder	0.09	0.09	0.13	0.03	0.10	0.18**	0.07**	0.20**	0.19**	0.12				
12 Planes a largo plazo	0.12	0.04	-0.10	-0.10	-0.15*	-0.10	-0.07**	0.01	-0.56	-0.00	0.20**			
13 Prevención de pérdidas	0.02	0.11	0.14*	0.08	0.09	0.16*	0.06	0.18**	0.16*	0.04	0.22**	0.21**		
14 Intención emprendedora	-0.02	0.16	0.18	-0.33**	0.45**	0.44**	-0.32**	0.45**	0.51**	0.47**	0.30**	-0.02	0.27**	--

*= $p < 0.05$; **= < 0.01

Fuente: Elaboración propia (2022).

5.2. Prueba de hipótesis

El objetivo de esta investigación fue examinar la influencia de las variables psicocognitivas de la autoeficacia emprendedora, la propensión al riesgo, la motivación y el locus de control en la intención emprendedora en los alumnos de las licenciaturas de administración y contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Por medio de un análisis de regresión múltiple se buscó identificar el impacto que tenían los predictores en la intención emprendedora. Después de llevar a cabo el análisis de regresión múltiple, los resultados mostraron que 11 de los 13 predictores fueron estadísticamente significativos, indicando un valor p menor a 0.05. Por lo tanto, la evidencia obtenida mediante este análisis indica que se acepta la hipótesis central de este trabajo.

Tabla 17. Predictores de la intención emprendedora

Predictor	Índices de ajuste			Coeficientes			
	R	R^2	F	B	SE	β	p
	.708	.501	15.089**				
Influencia de otros				-0.115	.050	-0.152	0.021
Creencia en la suerte				0.108	0.049	0.144	0.030
Desarrollar oportunidades				-0.051	0.098	-0.048	0.607
Crear un entorno innovador				-0.358	0.149	-0.250	0.017
Definir objetivos				0.499	0.162	0.358	0.002
Afrontar retos inesperados				0.219	0.107	0.141	0.042
Crear y dirigir equipos				-0.384	0.132	-0.267	0.004
Desar. una Cond. Estrat.				0.203	0.068	0.230	0.003
Liderazgo				0.274	0.104	0.200	0.009
Motivación				0.328	0.063	0.338	0.000
Ganar o perder				0.136	0.061	0.122	0.028
Planes a largo plazo				-0.033	0.066	-0.027	0.616
Prevención de pérdidas				0.120	0.049	0.133	0.015

a. Variable de criterio: Intención emprendedora

Fuente: Elaboración propia (2022).

Con respecto al predictor de la Influencia de otros, esta variable está relacionada significativamente y de forma negativa con la intención emprendedora. Por su parte, el predictor de creencia en la suerte se relaciona de manera significativa y positiva. Otro predictor que se relaciona significativamente es el crear un entorno innovador, pero de forma negativa. Definir objetivos tiene una relación positiva y de manera significativa con la intención emprendedora. El predictor de afrontar retos inesperados al igual que el anterior se relaciona significativamente de manera positiva. La creación de equipos tiene una relación significativa de forma negativa. Finalmente, los predictores de desarrollo de la conducta, liderazgo, motivación, ganar o perder y prevención de pérdidas se relacionan significativamente de manera positiva.

La varianza total explicada R^2 del modelo general se obtuvo mediante un análisis de regresión múltiple donde todos los predictores que conforman el Locus de control, Autoeficacia emprendedora, Motivación y Propensión al riesgo se ingresaron juntos. Como puede observarse en la Tabla 17, R^2 es confiable debido a que revela que la contribución conjunta de todos los predictores que conformaron este modelo. Los valores de R^2 que se incluyen en la Tabla 17 muestran que estos predictores aportan un 50.1% de la varianza en la intención emprendedora.

5.3. Diagnóstico

Después de haber llevado los análisis correspondientes, se encontró evidencia empírica muy relevante para comprender a mayor profundidad el nivel de intención emprendedora que reportaron los estudiantes de las licenciaturas de Administración y Contaduría del CU UAEM Atlacomulco. En primera instancia, con respecto a los resultados obtenidos por medio del análisis de regresión múltiple, se identificaron los predictores que tuvieron un efecto estadísticamente significativo en la intención emprendedora (variable de criterio). Con base en la magnitud de los coeficientes de regresión (β) (ver Tabla 17) el principal predictor fue la variable llamada *Definir objetivos* la cual mostró una relación positiva. De esta manera, se evidenció que para tener una intención emprendedora es necesario definir con claridad y precisión

los objetivos de la acción a emprender. Contar con objetivos concretos y bien diseñados será fundamental para que los estudiantes de estas dos licenciaturas puedan emprender diversas iniciativas.

En segundo lugar, la *Motivación* es el segundo de los predictores más importantes al momento de comenzar a emprender. Contar con la suficiente motivación será determinante para que la intención emprendedora no se desvanezca sino por el contrario se mantenga y logre concretar los proyectos que se están emprendiendo. Por otra parte, el tercer y cuarto predictor mostraron una dirección negativa en su relación con la intención emprendedora. De esta manera, el *Crear y dirigir equipos*, así como el *Crear un entorno innovador* son aspectos que los estudiantes de las licenciaturas en Administración y Contaduría prefieren mantener de manera inversa a la intención emprendedora. Estos resultados revelan que para estos estudiantes la intención emprendedora no pasa por su capacidad para crear y dirigir equipos. Una posible explicación de ello es que tienen una tendencia más bien individualista al momento de emprender un proyecto por lo cual no sería una prioridad para ellos el poder crear y dirigir equipos que les ayuden en lo que quieren emprender. Lo mismo sucede con el entorno innovador al no ser considerado como un elemento que requieren incrementar en su intención emprendedora. En este caso en particular, la intención emprendedora de estos alumnos conlleva más bien a desarrollar emprendimientos tradicionales. Una posible explicación de esta asociación es que, a pesar de no manifestar un interés en la creación de un entorno innovador, los participantes de esta investigación mantienen niveles altos en su intención emprendedora. El quinto predictor con la mayor magnitud fue la variable del *Desarrollo de una conducta estratégica*. Esta relación nos indica que la intención emprendedora requiere de la incorporación de una estructura y una implementación estratégica. El siguiente predictor en orden de magnitud fue la variable de *Liderazgo*. Esta es una capacidad importante que manifestaron los estudiantes de ambas licenciaturas es importante desarrollar para mantener en niveles altos su intención emprendedora. Los participantes reconocen la importancia de ser buenos líderes y desarrollar sus habilidades de liderazgo con miras a incrementar su intención emprendedora. Finalmente, la variable llamada

Influencia de otros, fue también uno de los principales predictores. En este caso, este predictor tuvo una asociación negativa con la intención emprendedora. Por consiguiente, la influencia que otras personas tienen en la intención emprendedora actúa de manera inversa. De este hallazgo se puede inferir que maestros, compañeros u otras personas cercanas a los estudiantes tienen un efecto inverso en su intención emprendedora. Entre menor sea la influencia que reciben de ellos, mayores niveles de intención son los que reportaron los participantes. Se puede suponer entonces que su intención para emprender un proyecto se va a gestar de mejor manera entre menos sea la influencia que los otros ejercen en estos estudiantes.

Por el contrario, los dos predictores que no fueron estadísticamente significativos son *Planes a largo plazo* y *Desarrollar oportunidades*. Estos dos predictores no tuvieron una relación con la intención emprendedora mostrando que para los estudiantes que participaron en esta investigación el tener una planeación a largo plazo y el generar por ellos mismos diversas oportunidades no son considerados como elementos indispensables para fomentar su intención emprendedora.

En conjunto, estos resultados nos permiten inferir que los alumnos de las licenciaturas de Administración y Contaduría que participaron en esta investigación cuentan con las habilidades y recursos necesarios para que la percepción que tienen de emprender un negocio u otro proyecto logre cristalizarse y puedan desarrollarlo de forma apropiada y exitosa.

En otra etapa de análisis, se llevaron a cabo una serie de análisis para identificar posibles diferencias entre los participantes. Empleando el sexo de los participantes se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre los hombres y las mujeres con respecto a 5 variables. De esta manera, las mujeres tienen niveles más altos para desarrollar oportunidades, crear un entorno innovador, definir objetivos, crear y dirigir equipos, así como más habilidades como líderes en comparación con los hombres. A su vez, al comparar a los estudiantes que se encontraban en el 6º y el 8º semestre, los resultados mostraron que mientras los alumnos del 6º semestre reportaron niveles más altos en las variables del desarrollo de oportunidades, crear y dirigir equipos y crear un entorno innovador; por el contrario, los alumnos del 8º

semestre tuvieron un nivel más alto referente a la prevención de pérdidas. En el resto de las variables no se encontraron diferencias estadísticamente significativas.

CAPÍTULO VI

Propuesta para incrementar la intención emprendedora en los alumnos de Administración y Contaduría del Centro Universitario UAEM Atlacomulco

Como lo muestra la literatura que sustenta esta investigación la intención emprendedora puede estar determinada por diversos factores, entre ellos los que incluimos en este estudio: propensión al riesgo, motivación, autoeficacia emprendedora y locus de control. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que no resulta una tarea sencilla detectar aquellos estudiantes que cuenten con dichas características con la finalidad de potencializar y desarrollar su formación emprendedora.

Hoy en día, la importancia de generar fuentes de empleo es indispensable para las nuevas generaciones, proponiendo ideas innovadoras que tengan un impacto positivo en la sociedad. El ámbito laboral desafortunadamente se encuentra en una fuerte demanda competitiva y optar por la propia generación de empresas resulta atractivo para los recién egresados. Por lo anterior, es altamente recomendable que las universidades se preocupen por formar alumnos con miras a emprender, dejando atrás la idea tradicional de ser empleado. Como se puede observar en la presente investigación, es interesante saber que los alumnos muestran características encaminadas a la intención emprendedora, el único reto que ahora se tendrá es moldear esas características para hacerlas formativas, para que, mediante los programas de estudio, las unidades de aprendizaje y la incubadora de empresas, el alumno potencialice dichos factores y emerjan nuevas empresas.

La muestra utilizada para esta investigación se basó únicamente en alumnos que cursan carreras con enfoque social, en específico, Contaduría y Administración. Sin embargo, las líneas de acción planteadas en este capítulo son de orden general; es decir, su aplicabilidad trasciende a cualquier Institución de Educación Superior

que busque involucrar a sus estudiantes en el tema de emprendimiento. Las propuestas que se presentan a continuación tienen el propósito de influir en la formación de una intención emprendedora en los estudiantes, y, en consecuencia, conseguir la puesta en marcha de nuevas empresas.

Como se mencionó en este documento los factores que incitan a la intención emprendedora son: 1) propensión al riesgo, 2) motivación, 3) autoeficacia emprendedora y 4) locus de control. Si el estudiante cuenta con estas características será necesario detectarlo y encaminarlo a la formación emprendedora. Por ello, se deben diseñar estrategias ideales para potenciar a los alumnos a ser partícipes de la generación de su propia fuente de empleo.

6.1. Primera propuesta

Los planes de estudio encaminados a fortalecer la intención emprendedora.

La trayectoria de las carreras en Administración y Contaduría está planeada con la finalidad de que en cuatro años y medio el alumno sea capaz de resolver problemas y tomar decisiones en el ámbito profesional en el cual se desempeñe, poniendo en práctica las actitudes y aptitudes adquiridas durante su trayectoria académica. Es de llamar la atención y resulta un tanto preocupante que no se cuente con un plan atractivo para que los alumnos desde un inicio de su formación piensen en la creación de empresas, introduciendo desde primeros semestres unidades de aprendizaje que orienten al alumno al querer ser su propio jefe. La creación de empresas tal como se ha documentado parte de la intención del querer emprender. Aunque el alumno tenga iniciativa de querer hacerlo, si no cuenta con elementos que lo orienten simplemente no lo llevará a cabo. En el marco de los resultados obtenidos, la variable de *definir objetivos* mostró un efecto significativo. Por consiguiente, está claro que si el estudiante se plantea objetivos bien estructurados tendrá mayor facilidad de alcanzarlos. Es evidente entonces que si al inicio de la carrera universitaria se le enseña al alumno a plantear objetivos encaminados a la intención emprendedora su alcance será diferente al de no

haberlos. Más aún, sería ideal que se encauzaran los esfuerzos para que la trayectoria académica en cada semestre esté pensada en dar continuidad al tema.

Los resultados obtenidos por medio de los instrumentos permiten observar claramente que la *motivación* es uno de los predictores que tiene una relación significativa con la intención emprendedora. Tal como se ha visto a lo largo de investigación, la motivación resulta un estímulo que empuja a llevar a cabo los objetivos o metas planteadas. Para los alumnos de las carreras de la Contaduría y Administración no es la excepción, pues con lo observado, se puede destacar una

fuerte inclinación hacia este predictor, concluyendo así, que la motivación representa un recurso muy valioso para los estudiantes. Por ello, la universidad juega un papel primordial en este aspecto ya que debe ser guía de la intención emprendedora en aras de motivar a los estudiantes a profundizar en sus ideas de negocio y encaminarlas a la puesta en marcha. Por consiguiente, resulta oportuno motivar a los estudiantes y desde un inicio de su trayectoria académica hablarles del tema de emprendimiento a través de pláticas, conferencias, casos de éxito, entre otras.

Por otra parte, como se pudo observar en el diagnóstico, los predictores de *crear y dirigir equipos*, así como el de *entorno innovador* son significativos en la intención emprendedora, pero de manera negativa. Una posible explicación de este resultado es que como individuos no se sabe trabajar en equipo y el adaptarse a ideas que presenten otros compañeros es complejo. Por ello, se sugiere que la forma de trabajo para la intención emprendedora se dé individualmente y se proponga que el alumno desarrolle ideas encaminadas a la intención emprendedora de forma independiente para lograr mejores resultados. Asimismo, para el predictor del *entorno innovador* es importante involucrar a los alumnos en proyectos que realmente causen un impacto significativo en la sociedad, es evidente entonces que para el logro de proyectos exitosos será necesario presentar estrategias que coadyuven a transitar de las ideas tradicionales de los estudiantes a ideas más vanguardistas. Resulta complejo pensar en “innovación” ya que se da por hecho que gran parte de lo que existe ya no se puede reinventar. Se puede entonces hablar precisamente de una propuesta de valor que busca ir más allá de lo común y dar

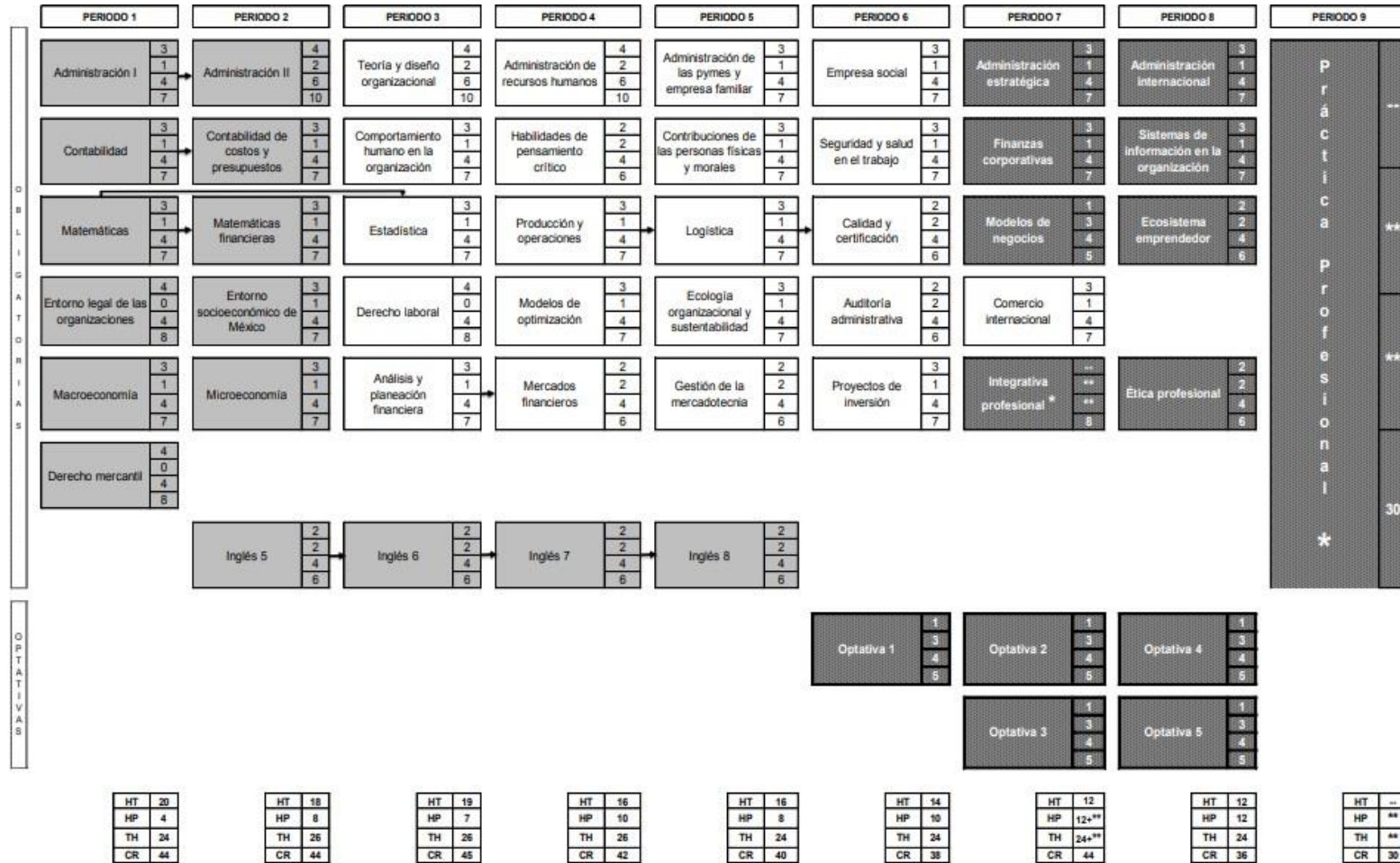
valor a lo que se hace. En el tema de intención emprendedora se denota precisamente este término ya que aquellos que cuentan con la idea de emprender deben pensar en este concepto como parte esencial del proceso. Por consiguiente, generar estrategias que impacten en los alumnos de innovación por parte de las universidades puede significar el éxito de ideas emprendedoras.

Finalmente, uno de los principales predictores, al igual que los anteriores, que influye significativamente en la intención emprendedora es el liderazgo. Este concepto alude sin duda alguna a la capacidad que se tiene para hacer frente a los retos planteados. Ser líder implica no solo dirigir, si no que va más allá en el tema de emprendimiento. Si se incluye una unidad de aprendizaje que fomente el liderazgo dentro de las carreras de Administración y Contaduría, los estudiantes serán capaces de adquirir las habilidades que desarrollan los líderes mismos que podrán usar para la creación de su propio negocio.

Una vez realizado este análisis se presenta la propuesta que deben tener las Licenciaturas en Administración y Contaduría a lo largo su trayectoria académica. Con la secuencia que se propone, se espera que la Universidad Autónoma del Estado de México, en específico el Centro Universitario UAEM Atlacomulco, forme estudiantes con miras a una mayor intención emprendedora. Una vez examinados los programas de estudio que tienen influencia en el emprendimiento (Habilidades y pensamiento creativo, Competencias humanas y ejecutivas, Ecosistema emprendedor, Modelos de negocios, Administración de las pymes y empresa familiar y Proyectos de inversión) y sus contenidos temáticos, se optó por proponer la secuencia de las materias para cada uno de los semestres dentro de la trayectoria escolar, como se presenta en el diagrama 3 y diagrama 6.

A continuación, se presenta el mapa curricular de la Licenciatura en Administración (diagrama 1) y la propuesta planteada (diagrama 3):

Diagrama 1. Mapa Curricular de la Licenciatura en Administración, 2018



Fuente: Secretaria de Docencia UAEM (2018).

Diagrama 2. Distribución de las Unidades de Aprendizaje Optativas

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
					Contabilidad especializada 1 3 4 5	Tendencias e innovaciones de la Contaduría 1 3 4 5	Planeación fiscal estratégica 1 3 4 5	
					Costos de calidad 1 3 4 5	Impuestos al comercio exterior 1 3 4 5	Operaciones vulnerables 1 3 4 5	
					Recursos para contribuyentes 1 3 4 5	Protocolo, imagen y desarrollo profesional 1 3 4 5	International taxation I 1 3 4 5	
					Sistemas de información financiera 1 3 4 5	Administración de riesgos 1 3 4 5	Desarrollo de habilidades gerenciales 1 3 4 5	
					Finanzas Bursátiles 1 3 4 5	Finanzas personales 1 3 4 5	Mercado de derivados 1 3 4 5	
					Valuación de empresas 1 3 4 5	Estrategias de aprendizaje y comunicación oral y escrita 1 3 4 5	Trabajos escritos en Contaduría y finanzas 1 3 4 5	

SIMBOLOGÍA	
Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

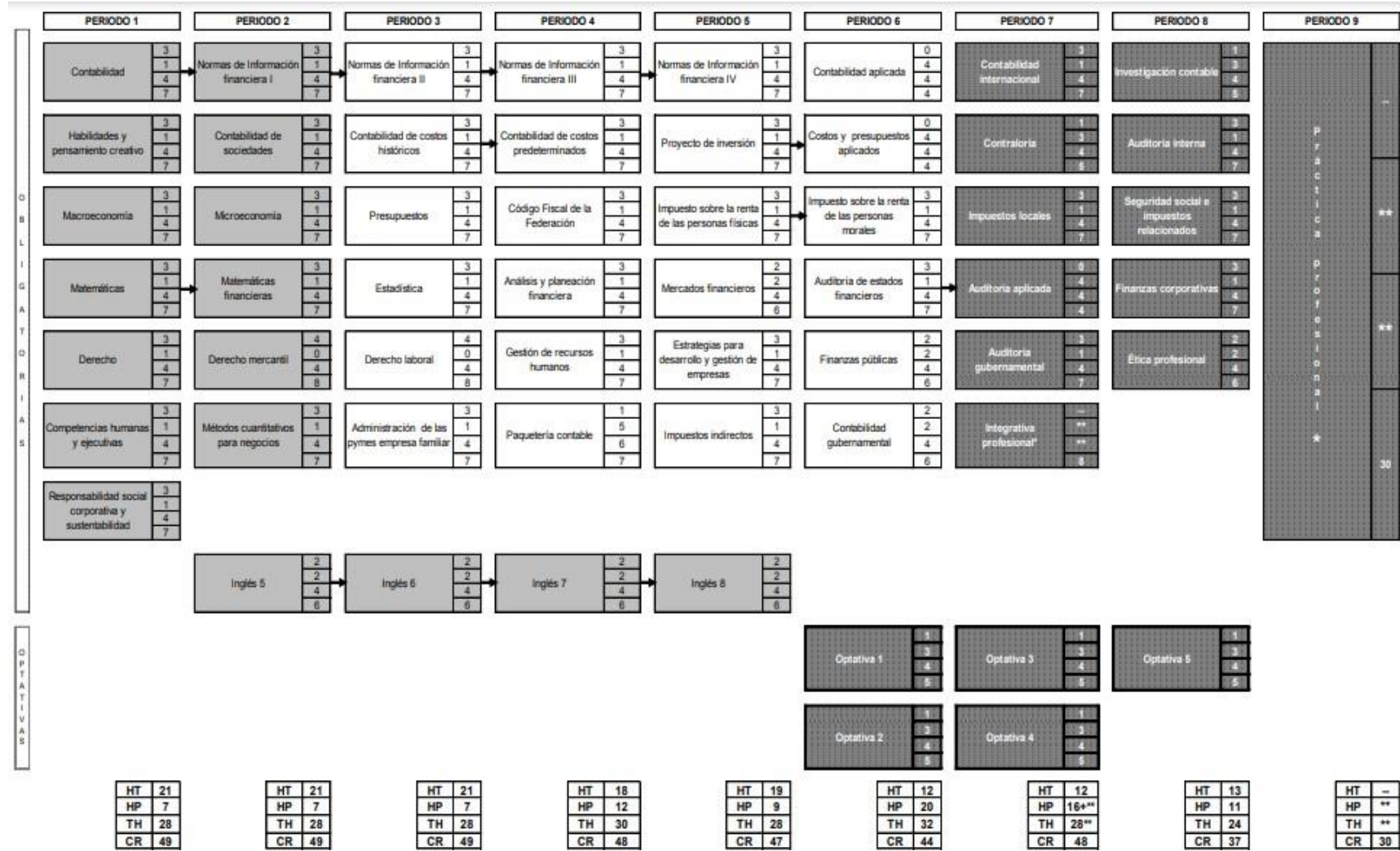
→ 12 líneas de seriación
22 créditos mínimos y 50 máximos por periodo escolar
* Actividad académica
** Carga mínima de 128 hrs y 480 hrs de la Actividad Académica
i UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS			
Núcleo Básico: cursar y acreditar 17 UA obligatorias	48 20 68 116	Total del Núcleo Básico acreditar 17 total de UA para cubrir 116 créditos	
Núcleo Sustantivo: cursar y acreditar 24 UA obligatorias	62 36 98 160	Total del Núcleo Sustantivo acreditar 24 total de UA para cubrir 160 créditos	
Núcleo Integral: cursar y acreditar 10 UA obligatorias +2*	22 18+** 40+** 100	Núcleo Integral: cursar y acreditar 5 UA optativas	5 15 20 25
		Total del Núcleo Integral acreditar 15 + 2* total de UA para cubrir 125 créditos	
TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS			
UA obligatorias	51 + 2 Actividades Académicas		
UA optativas	5		
UA a acreditar	56 + 2 Actividades Académicas		
Créditos	401		

Fuente: Secretaria de Docencia UAEM (2018).

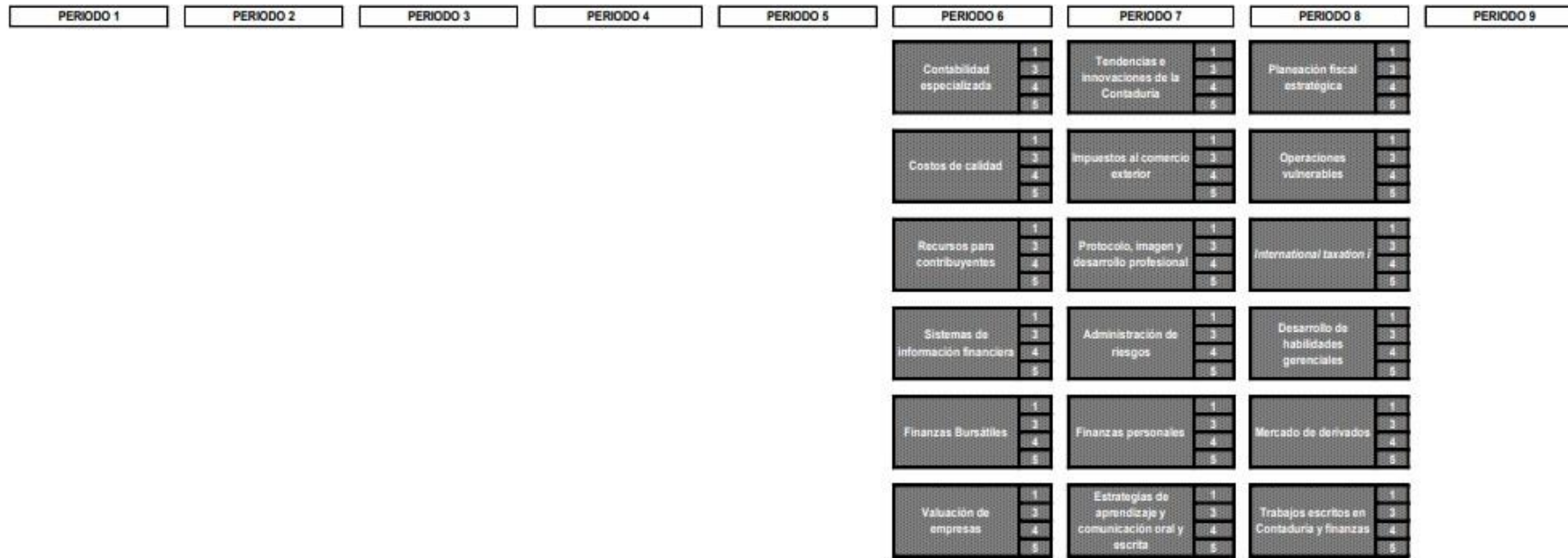
A continuación, se presenta el mapa curricular de la Licenciatura en Contaduría (diagrama 4) y la con la propuesta planteada (diagrama 6):

Diagrama 4. Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría, 2018



Fuente: Secretaria de Docencia UAEM (2018).

Diagrama 5. Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría, 2018



SIMBOLOGÍA	
Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 12 líneas de seriación
22 créditos mínimos y 50 máximos por periodo escolar
* Actividad académica
** Carga mínima de 128 hrs y 480 hrs de la Actividad Académica
i UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS													
Núcleo Básico: cursar y acreditar 17 UA obligatorias	48 20 68 116	Total del Núcleo Básico acreditar 17 total de UA para cubrir 116 créditos											
Núcleo Sustantivo: cursar y acreditar 24 UA obligatorias	62 36 98 160	Total del Núcleo Sustantivo acreditar 24 total de UA para cubrir 160 créditos											
Núcleo Integral: cursar y acreditar 19 UA obligatorias + 2*	22 18+** 40+** 100	Núcleo Integral: cursar y acreditar 5 UA optativas	5 15 20 25										
		Total del Núcleo Integral acreditar 15 + 2* total de UA para cubrir 125 créditos											
		<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>UA obligatorias</td> <td>51 + 2 Actividades Académicas</td> </tr> <tr> <td>UA optativas</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>UA a acreditar</td> <td>56 + 2 Actividades Académicas</td> </tr> <tr> <td>Créditos</td> <td>401</td> </tr> </tbody> </table>		TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS		UA obligatorias	51 + 2 Actividades Académicas	UA optativas	5	UA a acreditar	56 + 2 Actividades Académicas	Créditos	401
TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS													
UA obligatorias	51 + 2 Actividades Académicas												
UA optativas	5												
UA a acreditar	56 + 2 Actividades Académicas												
Créditos	401												

Fuente: Secretaria de Docencia UAEM (2018).

Diagrama 6. Propuesta Mapa Curricular de la Licenciatura en Contaduría

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
	Contabilidad	Normas de información financiera I	Normas de información financiera II	Normas de información financiera III	Normas de información financiera IV	Contabilidad aplicada	Contabilidad internacional	Investigación contable	Prácticas profesionales*
	Habilidades y pensamiento creativo	Contabilidad de sociedades	Contabilidad de costos históricos	Contabilidad de costos predeterminados	Proyectos de inversión	Costos y presupuestos aplicados	Contraloría	Auditoría interna	
	Macroeconomía	Microeconomía	Presupuestos	Código Fiscal de la Federación	Impuesto sobre la renta de personas físicas	Impuesto sobre de renta de personas morales	Impuestos locales	Seguridad social e impuestos relacionados	
Obligatorias	Matemáticas	Matemáticas financieras	Estadística	Análisis y planeación financiera	Mercados financieros	Auditoría de estados financieros	Auditoría aplicada	Finanzas corporativas	
	Derecho	Derecho mercantil	Derecho laboral	Gestión de recursos humanos	Estrategias para el desarrollo y gestión de empresas	Finanzas públicas	Auditoría gubernamental	Ética profesional	
	Competencias humanas y ejecutivas	Métodos cuantitativos para negocios	Administración de las pymes y empresa familiar	Paquetería contable	Impuestos indirectos	Contabilidad gubernamental	Integrativa profesional		
	Responsabilidad social, corporativa y sustentabilidad								
	Núcleo básico								
	Núcleo sustantivo								
	Núcleo integral								
	Unidades de aprendizaje emprendimiento								
			Habilidades y pensamiento creativo	Competencias humanas y ejecutivas	Ecosistema emprendedor	Modelo de negocios	Administración de las pymes y empresa familiar	Proyectos de inversión	

Fuente: Elaboración propia basado en la Secretaria de Docencia UAEM (2022).

Las unidades de aprendizaje marcadas en el recuadro punteado de color rojo tienen una fuerte influencia en el tema de emprendimiento, esto no quiere decir que las demás no se relacionen ya que todas las materias del programa de estudios son indispensables para la formación integral del estudiante y cada una suma y aporta conocimientos importantes que son básicos para la creación de empresas. Sin embargo, es indispensable sentar las bases desde los primeros semestres para fomentar en el alumno la posibilidad del emprendimiento. De cada una de estas materias se analizó el contenido temático donde se detalla con mayor precisión los conceptos abarcados en cada una de las unidades que estructuran el programa de estudios. Este análisis ayudó a identificar cuáles son los conceptos que desde los primeros semestres el estudiante debe conocer para pensar en una formación emprendedora. En la siguiente tabla se presentan los programas de estudio sugeridos en el diagrama 3 y 6, su objetivo y contenido temático.

Tabla 18. Programas de estudio propuestos y su contenido.
Licenciatura en Administración y Contaduría

Unidad de aprendizaje	Objetivo de la unidad de aprendizaje	Contenido temático	Semestre ofertado	Semestre propuesto
Habilidades y pensamiento creativo	Aplicar innovaciones en la mejora de las organizaciones mediante la selección pertinente de lo que debe cambiarse, hacia donde conducir y como lograr el cambio.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evolución del pensamiento creativo. 2. Proceso creativo e innovación. 3. Técnicas creativas. 4. El futuro y la necesidad de innovar en las organizaciones. 	Primero (LCN)	Tercero (LAM) Tercero (LCN)
Competencias humanas ejecutivas	Desarrollar las habilidades del pensamiento y el uso de capacidades mentales	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso administrativo. 2. Competencias ejecutivas. 	Primero (LCN)	Cuarto

	que le permitan aprender de forma permanente y autónoma, además de generar soluciones lógicas y creativas a los problemas del entorno.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Competencias humanas. 4. Paradigmas de cambio, creatividad e innovación proceso de cambio. 		<p>(LAM)</p> <p>Cuarto (LCN)</p>
Ecosistema emprendedor	Discriminar la presencia de ecosistemas emprendedores en la región, a partir de las condiciones (recursos y relaciones) que hacen un ambiente propicio para potencializar unidades empresariales como promotoras del desarrollo socioeconómico, tomando en cuenta la participación de agentes (universidades, centros de investigación y desarrollo tecnológico, organismos de gobierno, fondos de capital emprendedor, empresas y medios de comunicación) que conforman redes de colaboración.	<ol style="list-style-type: none"> 5. El emprendedor y tipos de emprendimiento. 6. Ecosistema emprendedor. 7. Innovación en el emprendimiento. 8. Redes de contacto y redes de negocio. 9. Financiamiento durante el emprendimiento. 	Octavo (LAM)	<p>Quinto (LAM)</p> <p>Quinto (LCN)</p>
Modelo de negocios	Identificar y aplicar los conocimientos adquiridos para la elaboración y desarrollo de un plan de negocios,	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proyecto. 2. El mercado. 3. La producción. 4. La administración. 5. Las Finanzas. 	Séptimo (LAM)	<p>Sexto (LAM)</p> <p>Sexto (LCN)</p>

	que promueva el autoempleo, mediante la metodología de modelos diversos como el Canvas.	6. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).		
Administración de las pymes y empresa familiar	Formular estrategias para las pymes y/o empresas familiares mexicanas mediante el análisis e interpretación de información del ambiente externo y sus dinámicas, así como del ambiente interno que permita aumentar su efectividad, competitividad y permanencia en el mercado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Origen y contexto de las PyMES. 2. Aplicación del proceso administrativo en las Pymes. 3. Tipología de emprendedores. 4. La dirección como factor clave de las PyMES. 5. Metodología para la planeación de negocios y su financiamiento. 	Quinto (LAM)	<p>Séptimo (LAM)</p> <p>Séptimo (LCN)</p>
Proyectos de inversión	Formular y evaluar proyectos de inversión sobre la base de estudios técnicos, legales, organizacionales, de mercado y económico financiero mediante el cálculo de los costos, presupuestos, flujos de efectivo y elaboración de estados financieros proforma, aplicando a estos los métodos de evaluación para demostrar la factibilidad y sustentabilidad del	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelo de negocio. 2. Elementos conceptuales y preparación de un proyecto de inversión. 3. Estudio de mercado. 4. Estudio técnico. 5. Estudio financiero. 6. Evaluación económica. 7. Análisis y administración del riesgo. 	<p>Sexto (LAM)</p> <p>Quinto (LCN)</p>	<p>Octavo (LAM)</p> <p>Octavo (LCN)</p>

	proyecto, que permitan al inversionista juzgar cualitativamente y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a dicho proyecto de inversión en comparación con alternativas de inversión.			
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Fuente: elaboración propia basada en los programas de estudios de la UAEM (2022).

En la tabla anterior se muestran las unidades que conforman el programa de estudio, se optó por colocar la unidad de aprendizaje de *Habilidades y pensamiento creativo* en el tercer semestre debido a que las temáticas que maneja esta unidad de aprendizaje propician que el alumno desarrolle procesos creativos e innovadores, indispensables en el tema de emprendimiento. En cuanto a *Competencias humanas y ejecutivas* se plantea que se imparta en el cuarto semestre dando continuidad a las habilidades que los estudiantes vayan formando. Esta unidad de aprendizaje aporta conocimientos en temáticas de proceso administrativo, competencias humanas y ejecutivas y paradigmas de cambio. *Ecosistema Emprendedor* en el quinto semestre. La razón de ello es por los conceptos que se manejan: concepto y características del emprendedor, perfil del emprendedor, emprendimiento acorde a las etapas de la vida del emprendedor, tipos de emprendimiento y su aportación, actores en el ecosistema emprendedor, educación y formadores emprendedores, entre otros. Por otra parte, *Modelo de negocios* es una unidad de aprendizaje que promueve el autoempleo mediante diversas metodologías abordando temas que van desde el proceso creativo hasta los diversos estudios para la operación de las empresas (mercado, producción, administración y financiero). La propuesta que se hace es que se imparta en el sexto semestre. Asimismo, con respecto a *Administración de las Pymes* la propuesta para esta unidad de aprendizaje es que los estudiantes la cursen en el séptimo semestre

debido a que ya se conocen los modelos de negocios que pueden ser aplicables para este tipo de unidades económicas. Su objetivo es formular estrategias para empresas familiares (toma de decisiones). Finalmente, *Proyectos de Inversión* se propone para el octavo semestre donde se entiende que el alumno ya cuenta con herramientas necesarias indispensables para la iniciación de empresas.

Con base en los resultados obtenidos y en las propuestas hechas, se puede observar que las unidades de aprendizaje engranan en cada uno de los factores que se incluyeron en esta investigación junto con sus dimensiones. De esta manera, se puede visualizar la importancia de hilar los programas educativos para que los estudiantes semestre con semestre no pierdan continuidad e incrementen la intención por emprender.

6.2. Segunda propuesta

Las unidades de aprendizaje encaminadas a desarrollar la intención emprendedora en otras Universidades mexicanas (Plan de estudios).

Tabla 19. Las unidades de aprendizaje encaminadas a desarrollar la intención emprendedora en otras Universidades mexicanas.

Universidad	Área	Carrera	Unidades de aprendizaje
Tecnológico de Monterrey	Negocios	Licenciado en emprendimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estrategia y talento. 2. Innovación de modelos de negocios. 3. Estrategias de mercado y diferenciación. 4. Liderazgo emprendedor.

Universidad Nacional Autónoma de México	Ciencias sociales	Licenciatura en Administración	1. Desarrollo del Potencial Creativo
Universidad de Guadalajara	Ciencias económico administrativas	Licenciatura en Administración de negocios	1. Formación de emprendedores. 2. Toma de decisiones. 3. Taller de liderazgo.
Universidad Anáhuac		Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas	1. Liderazgo y desarrollo personal. 2. Habilidades para el emprendimiento. 3. Identificación de oportunidades de negocios. 4. Emprendimiento e innovación.
Universidad Iberoamericana	Estudios Sociales	Contaduría y Dirección de Negocios	1. Gestión de talento. 2. Innovación y emprendimiento sustentable.
		Administración de empresas	1. Liderazgo e incidencia. 2. Pensamiento estratégico.

Fuente: Elaboración propia basado en el plan de estudio del Tecnológico de Monterrey, Universidad Nacional de México, Universidad de Guadalajara, Universidad Anáhuac y Universidad Iberoamericana (2022).

La tabla anterior muestra algunas de las Universidades con mayor renombre en México. Se consideraron las licenciaturas que estas ofertan, tomando en cuenta el tema del emprendimiento y se analizaron sus planes de estudio. Con base en ellos, se retomaron las unidades de aprendizaje que pueden fortalecer los planes de estudio de las Licenciatura de Contaduría y Administración del Centro Universitario UAEM Atlacomulco, mismas que pueden contribuir a robustecer la participación de los estudiantes en el tema de la intención emprendedora.

Se resaltan materias encaminadas a la innovación. En los resultados obtenidos en el instrumento aplicado a los estudiantes, la dimensión “*entorno innovador*” tuvo un resultado significativo, pero de forma negativa. Esto nos muestra que los alumnos no siempre consideran la importancia de crear negocios enfocados en la innovación. Como se mencionó anteriormente, prefieren establecer negocios tradicionales sin considerar la necesidad de hacerlos más innovadores. Por lo anterior, es importante que la Universidad tome en cuenta unidades de aprendizaje orientadas a la innovación. Recordemos que la globalización ya no es un tema del futuro sino del presente; por tal motivo, las empresas deben enfocarse a crear propuesta de valor para sus clientes, mismas que van de la mano con el tema de innovación.

Otra de las dimensiones que suma a la intención emprendedora es el “*liderazgo*” tal como se muestra en la tabla 16, anteriormente expuesta. Es una dimensión que permite a los estudiantes creer y confiar en sí mismos. En el tema del emprendimiento este concepto es vital debido a que una persona que no tiene esta iniciativa pocas veces se convence de tener éxito. *Estrategia y talento, Desarrollo potencial creativo, Desarrollo personal, Gestión de talento y Pensamiento estratégico* son materias que podrían robustecer el desarrollo personal de los alumnos.

No es casualidad que el Tecnológico de Monterrey cuente con una carrera específica de Licenciado en Emprendimiento, esto dice mucho porque como se sabe es una de las mejores universidades del país. El que se piense en incorporar estas nuevas modalidades de estudio es porque tienen la visión de que el

emprendimiento marcará el futuro de los estudiantes. Por su parte, la Universidad de Guadalajara también combina el tema administrativo con los negocios, tan solo el nombre de la unidad de aprendizaje "*Formación de emprendedores*" habla de las medidas que las escuelas de nivel superior están fomentando en sus estudiantes. De la misma manera, la Anáhuac también incorpora la dirección de empresas y finalmente la Universidad Iberoamericana direcciona a la Administración y Contaduría al tema de empresas.

Las unidades de aprendizaje antes expuestas pueden ser convenientes para su implementación en la trayectoria curricular de Administración y Contaduría de nuestra Universidad porque como se observó en el mapa curricular de ambas licenciaturas, la inserción de estos temas es todavía ambigua. Con base en los resultados encontrados en esta investigación, la propuesta que se hace en este apartado es la de buscar con ello el fortalecimiento de los diversos factores que tienen incidencia en la intención emprendedora.

6.3. Tercera propuesta

La Incubadora de Empresas UAEM Atlacomulco con miras al desarrollo potencial de los estudiantes en la puesta en marcha de negocios innovadores y con trascendencia social.

La Universidad Autónoma del Estado de México a través de la Secretaría de Extensión y Vinculación cuenta con una Red Universitaria de Incubadoras de Empresas que tiene como objetivo brindar el soporte necesario a emprendedores-empresarios (universitarios y no universitarios) para el arranque y desarrollo de empresas exitosas, financieramente viables, autosuficientes y generadoras de empleos, a través del Modelo de Atención Empresarial UAEM. En el caso específico del Centro Universitario UAEM Atlacomulco, se cuenta con una de las diez Incubadoras que integran esta Red. La Incubadora de Empresas UAEM Atlacomulco brinda diversos servicios a la comunidad estudiantil y personas

externas de la zona Norte del Estado de México como lo son: asesorías generales, asesorías especializadas, capacitaciones, canalizaciones y albergue.

Actualmente, la Incubadora de Empresas cuenta con un Programa Operativo Anual donde se estipulan las estrategias para la formación emprendedora de los alumnos. A su vez existe un Programa Emprendedor, mismo que enmarca el plan de trabajo de las actividades que en cada uno de los semestres se deben de llevar a cabo en colaboración con el Centro Universitario UAEM Atlacomulco. Si bien es cierto que se cuenta con este plan de trabajo, en la realidad no se da la importancia que se debería a los temas de emprendimiento. Esto se debe a que los alumnos participan en las actividades única y exclusivamente para cumplir con la unidad de aprendizaje o bien con la tarea impuesta por el docente. Como se explicó anteriormente en el Diagrama 3, es indispensable contribuir a la formación de la intención emprendedora desde los primeros semestres de ingreso con el propósito de que la comunidad estudiantil independientemente de la carrera, tenga a bien saber que su formación también estará enfocada al emprendimiento.

Con los resultados obtenidos en el instrumento aplicado, se puede observar que los alumnos presentan características importantes que se asocian con la intención emprendedora, las cuales pueden potencializarse con la Incubadora de Empresas, ello se puede lograr por medio del Modelo de Atención Empresarial el cual cuenta con tres fases: diagnóstico, seguimiento e incubación. En la etapa de Diagnóstico, la incubadora de empresas busca detectar aquellas personas que tienen características emprendedoras con la finalidad de potencializarlas. Es el primer acercamiento que la Incubadora tiene con la persona que desea iniciar una idea de negocio. Dentro de la estructura de este diagnóstico se encuentra la *Entrevista Inicial* que a su vez presenta el *Diagnóstico Emprendedor* que es una prueba que ayuda a conocer cuáles son las fortalezas como emprendedor y cuáles son las áreas de oportunidad. A través de ella se evalúan las características del perfil emprendedor. Los resultados obtenidos pueden arrojar tres resultados posibles, el primero indica que tienen características, pero no sobresalientes (inferior al promedio), el segundo localiza a la población con características de

emprendedor, aunque no sobresalientes (promedio) y finalmente el tercero revela características deseables del perfil emprendedor (superior al promedio). Además, permite conocer cuáles son las características que presentan mayor puntuación (motivación, mejora continua, liderazgo, perseverancia y autodeterminación).

Por lo antes mencionado, sería importante que la Incubadora de Empresas en sinergia con el Centro Universitario UAEM Atlacomulco implementen este tipo de diagnóstico a los estudiantes de nuevo ingreso para identificar aquellos alumnos que tienen potencial en el tema de emprendimiento y formar una cultura emprendedora, independientemente de la licenciatura que estén cursando. Por ende y con miras a futuro, el alumno podrá enfocarse en desarrollar la idea de negocio que desde un inicio se plantea; con apoyo de sus unidades de aprendizaje y docentes será mucho más sencillo. La Incubadora de Empresas también puede incentivar a los alumnos potencialmente emprendedores fuera de su horario de clases y encaminarlos a seguir preparándose a través de cursos, conferencias, talleres, simulaciones, entre otros. Nuestra Universidad cuenta con las herramientas necesarias para impulsar a los estudiantes que buscan ser algo más que empleados. De esta manera, la idea central es llegar a ser un ente de cambio ante una constante transformación del entorno.

Referencias

- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M. & Minniti, M. (2004). *Global entrepreneurship monitor. Executive report*. London Business School.
- Agenda Mexiquense (2021). *Centro Universitario Atlacomulco Consolida presencia de UAEM en el Norte De La Entidad: CEBD*. <https://agendamexiquense.com.mx/centro-universitario-atlacomulco-consolida-presencia-uaem-en-norte-la-entidad-cebd/#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20Yenit%20Mart%C3%ADnez,%2C%20cultura%2C%20arte%20y%20deporte>.
- Ajzen, I. (1989). Attitude structure and behaviour. En S. R. Pratkanis, S. J. Breckler y A. G. Greenwald (Eds.). *Attitude Structure and Function* (pp. 241-274). L. Erlbaum.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behavior: Reflections and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499. doi: 10.1348/014466601164939
- Asociación Global de Investigación de Emprendimiento (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. BABSON
- Audet, J. (2004). Un estudio longitudinal de las intenciones emprendedoras de Estudiantes universitarios. *Revista de la Academia de Emprendimiento*, 10(1), 3-16.
- Audretsch, D. B., Cerver, E., Ribeiro, D., Roig, S., & Torcal Tomás, V. R. (2004). *The entrepreneur and starting up new R&D&I businesses*. Universitat de València.

- Bagheri, A. & Akmaliah. Z. (2014). The moderating role of gender in shaping entrepreneurial intentions: implications for vocational guidance. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 14, 255-273.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191-215. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1999). Auto-eficacia: cómo afrontamos los cambios de la sociedad actual. Prentice Hall.
- Barnir, A., Watson, W.E. & Hutchins, H.M. (2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41, 270-297.
- Bateman, S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14 (2), 103-118.
- Belausteguigoitia, I. (2007). ¿Entrepre... qué? [En línea]. Disponible en: <http://cedef.itam.mx/PDF/Entrepreneurship.pdf>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Boda, T. (2015). The role of innovative entrepreneurs in rural development. *European Scientific Journal*, 11(32), 35-45. <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA441690415&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=fulltext&issn=18577881&p=AONE&sw=w>
- Bolivar, A., & Hormiga, E. (2012). La influencia del proceso de migración en la percepción del riesgo de crear una empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1): 17.
- Bonilla R. F. (2014). *Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales (Tesis de maestría)*. Universidad Autónoma De Manizales, Colombia.

- Bonnett, C. & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.
- Bowen, H.P. & De Clercq, D. (2008), National institutions and the allocation of entrepreneurial effort, *Journal of International Business Studies*, 39 (4), 747-767.
- Busenitz, L. & Barney, J. (1997). Differences between entrepreneur and manager in large organization: biases and heuristic in strategic decisionmaking. *Journal Business Venturing*, 12, pp. 9-30.
- Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2) 13-22.
- Cantillón, R. (1931). *Essai sur la nature du commerce en general*. Macmillan
- Casson, M. C. (1982). The entrepreneur. *An economic theory*. Martin Robertson.
- Clachar, A. (1992). Dimensiones del locus de control: exploración de su influencia en el desarrollo interlingüístico de los estudiantes de ESL. *Cuestiones de Lingüística Aplicada*, 3 (1), 7-41.
- Corporación Andina de Fomento. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*.
- Cooper, A.C., Folta, T. & Woo, C. (1995). Entrepreneurial information search. *Journal of Business Venturing*, 10, 107-120.
- Crant, J. (1996). The proactive personality scale as predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34 (3), 42-49
- Das T.K. & Teng, B.S (1997). Time and entrepreneurial risk behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2), 69-88.
- De la Vega, I., Corduras, A., Cruz, C., Justo, R. & González, I. (2006). Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo GEM España*. Instituto de Empresa.
- De Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*, 1999(1), 73-87.

- Difabio, H. (1994). La temática de la motivación en el neoconductismo contemporáneo: locus de control y teoría de la atribución. *Revista Española De Pedagogía*, 52(197), 37-56. <http://www.jstor.org/stable/23765135>
- Drucker, P., (1998). Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información. *La Economía y La Sociedad*. Editora Norma.
- Duarte, Franklin (2007). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y negocios*. 2(3), 46-56.
- Egron-Polak, E., (2008). *Higher education serving economic development: Too much, too little, just right*. IAU Horizons World Higher Education News.
- Emprendimiento, A. G. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor*. BABSON.
- Ernst & Young (2011). *¿Nace o se hace? Decodificar el ADN del emprendedor*. Mancera.
- Farashah, A. D. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*. 13(4), 452-476. doi: <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0144-x>
- Fayolle, A., (2012). *Emprendedor Apprendre à apprendre*. Dunod.
- Fayolle, A. y Liñán F., (2014). El futuro de la investigación sobre intenciones empresariales. *Revista de Investigación Empresarial*, 67(5), 663-666.
- Fernando O., F., & Londoño R., J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51).
- Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Rodríguez, R.G., Dinis, A. & Paco, A.D. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the Psychological and behavioral approaches. *Journal of the Small Business and Enterprise Development*, 19 (3). 424-440.
- Flores, B., Landerretche, M. O, & Sánchez, G. (2011). *Propensión al emprendimiento: ¿los emprendedores nacen, se educan o se hacen?* Universidad de Chile.

- Fonrouge, C. (2002). *Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce*. Communication AIMS XI Conférence annuelle. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. INTA.
- Fratuzzo, J. P. (2016). *La formación emprendedora en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Frese, M., Kring, W., Soose, A. & Zempel, J. (1996). Personal initiative at work: differences between east and west Germany. *Academy of Management Journal*, 39, 37-63.
- Fuentes, F. J. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios económicos*, 23(3), 1-28. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30120334014>
- Gálvez, E. J., Guauña, R. A. & Ravina, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22(38), 79-105.
- García, E. E. (1992). Incidencia de las motivaciones personales en el proceso de creación de la nueva pyme industrial. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 1 (1), 67-78.
- García, F. (1999). Factores de éxito y fracaso de las nuevas empresas: propuestas de un marco teórico integrador. *La Gestión de La Diversidad : XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés*, 2(84), 565-571. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=565260>
- García del Junco, J., Álvarez, P., & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25, 951-974.
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y., & Núñez, L. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar: Revista De Ciencias Administrativas Y Sociales*, 25(57), 157-174. <http://www.jstor.org/stable/43786394>

- Gómez, R. P., Morejón, A. R., & Palenzuela, D. L. (2016). Validación de una escala de control personal: una medida específica de las expectativas de control percibido de búsqueda de empleo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 32(3), 153-161.
- Halloran, J. (1992). *The entrepreneur's guide to starting a successful business*. McGrawHill.
- Harper, S. (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*. McGraw-Hill.
- Heckman, J. (2000). Policies to Foster human capital. *Schools, skills, and synapses. Economic inquiry*, 46(3), 289-324.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Herrera, B., & Ortiz, C. (2010). *Estado del arte del emprendimiento en las Facultades de Administración en Bogotá: Investigación, promoción y formación en el período 2002-2007*.
- Hvide, H.K. y Panos, G.A. (2014). Tolerancia al riesgo y espíritu emprendedor. *Diario de Economía Financiera*, 111 (1), 200-223.
- Kargwell, S. (2012). "A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male's world within UAE cultural context". *International Journal of Business and Social Science*, 3 (6), 44-55.
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. & Mugler, J. (2003). La personalidad emprendedora en el contexto de los recursos, el entorno y el proceso de puesta en marcha: un enfoque configuracional. *Teoría y práctica del espíritu empresarial*, 28 (1), 23-42.
- Krueger, N. F., & Carsrud A.L., (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying Theory of Planned Behavior Intentions. *Journal Entrepreneurship & Regional Development*, 5 (3), 315-330.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0

- Krueger, N.F. & Brazeal, D.V. (1994). Potencial emprendedor y potenciales emprendedores. *Teoría y práctica del espíritu empresarial*, 18 (3), 91-104.
- Laguía, A., Moriano, J., Molero, F., & Gámez, J. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 1-14.
- Laufer, J. (1975). Comment on divient entrepreneur. *Revue, Francaise de gestion*. 2.
- Lee, S. H. y Wong, P. K. (2002). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7-28. doi: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X)
- Levenson, H. (1973). Multidimensional locus of control in psychiatric patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3), 397-404.
- Liñán, F. (2004). *Educación empresarial y modelo de intenciones, formación para un empresariado de calidad análisis empírico para la provincia de Sevilla*. Universidad de Sevilla.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2006). *Testing the entrepreneurial intention model on a two-country sample*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-103.
- Longenecker, J. G., Palich, L. E., Petty, W. J., & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas. Lazamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México. Cengage Learning.
- Lortie, J. y Castogiovanni, G. (2015). La teoría del comportamiento planificado en la investigación empresarial: lo que sabemos y direcciones futuras. *Revista internacional de emprendimiento y gestión*, 11 (4), 935-957.
- Lorz, M. (2011), The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. *German National*, 39(66), 1-20.
- Madsen, K.B. (1980). Teorías de la motivación. En B.B. Wolman (ed.). *Manual de Psicología General*. 4 (pp. 19-23). Martínez Roca.

- Maes, J., Leroy, H. y Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multigroup analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32 (5), 784-794. Doi: 10.1016/j.emj.2014.01.001.
- Marín, M. E. (2011). Perfil emprendedor de los gerentes de las empresas lácteas del Municipio Colon del estado Zulia. *Revista Visión Gerencial*, 10(1), 120-135.
- Martinez, Y. (2017). Plan de desarrollo. Universidad Autónoma del Estado de México. *Centro Universitario UAEM Atlacomulco*.
http://planeacion.uaemex.mx/InfBasCon/CUAtlacomulco/Planes/PD_17-21_CU-Atlacomulco.pdf
- Marulanda, F. Á. (2015). *Una contribución a la comprensión de las motivaciones del emprendedor y su conexión con el emprendimiento MIPES de Valle de Aburrá*. Universidad Nacional de Colombia. Escuela de Ingeniería de la Organización.
- Marulanda, F. Á., & Morales G., S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, (81), 12-28.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality (2nd ed.)*. Harper and Row
- McClelland, D. C. (1965). Thinking ahead-Achievement Motivation Can Be Developed. *Harvard Business Review*, 7-24.
- McClelland, D. C. (1985). Human motivation. *Scott Foresman*. Clenville.
- Mera, A. (2016). Perseoectivas Empresarial.
<https://es.slideshare.net/charsorden/unidad-1-emp29263463>
- Minialai, C. & Sqalli, H. (2016). Cómo mejorar la gobernanza del apoyo a las iniciativas empresariales. *Documento de política de SAHWA*, 3.
https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/sahwa_papers/policy_paper
[how_to_improve_the_governance_of_support_for_entrepreneurship_iniciativas](https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/sahwa_papers/policy_paper)
- Mollo B., G. F. (2008). *El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales (Tesis de doctorado)*. Universidad nacional de La Plata.

- Morales, S. T., & Roig, S. (2005). The new venture decision: An analysis based on the GEM project Database. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 1(21).
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.
- Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M., & Mangin, J. P. L. (2012). Autoeficacia para el liderazgo emprendedor. *Annals of Psychology*, 28(1), 171-179.
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología Social*, 16(2), 229-242.
- Münch-Galindo, L. (2006). *Fundamentos de administración, casos prácticos*. Editorial Trillas.
- Muñoz B., F., Sánchez B., M.J. y Vos S., A. (2015). Nascent entrepreneurs personality attributes and the international dimension of new adventures. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11. 473-492.
- Murray H.A. (1938) Explorations in personality. *Human performance*. 17 (1), 95-117.
- Nán, F. L., Santos, F., & Fernández, J. (2011). The influence of perceptions on potential entrepreneurs. *International Entrepreneurship Management*, 7, 373-390.
- Narváez, M. J. (2012). Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria". *Ing-novación. Revista semestral de Ingeniería e Innovación de la Facultad de Ingeniería*, 2(4), 1-7.
- Nel, P., Maritz, A., & Thongprovat, O. (2010). Motherhood and entrepreneurship: the mumpreneur phenomenon. *International Journal of Organizational Innovation*, 3(1), 6- 34.
- Niess, C. y Biemann, T. (2014). The role of risk propensity in predicting self-employment. *Journal of Applied Psychology*, 99 (5), 1000-1009.

- Núñez, L., & Núñez, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicación Social, 71*, 1069-1089.
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y emprendimiento*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. <http://dx.doi.org/10.1787/leo-2017-es>.
- Ortega, J. (2015). *Enprendimieento Empresarial Perspectivas*. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>
- Osorio, F., & Londoño, J. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración, 28*(51), 103-131.
- Palich, L. & Bagby, D. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risktaking: challenging conventional wisdom. *Journal of Business Venturing, 10*, 425-438.
- Paradeise, C., & Thoenig, J. C. (2018). *En busca de la calidad académica*. Fondo de Cultura Económica.
- Pellman, Ron (1999). *Intrapreneuring in action*. Berret-Koehler.
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Econ. Gest. Desarrollo, 1*, 9-26.
- Petri, H. L., & Govern, J. M. (2006). Motivación. *Teoría, investigación y aplicaciones*. Cengage learning editores.
- Pihie, Z. A. L. y Bagheri, A. (2013). Self-efficacy and entrepreneurial intention: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning, 6*(3), 385-401. doi: <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Pinchot, Gifford (1999). *Intrapreneuring in action*. Berret-Koehler.
- Real Academia Española (2021). Emprender. *En el diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 16 de octubre de 2021. <https://dle.rae.es/emprendimiento>

- Reynolds, P.D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24, 359-364.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. & Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 13-31.
- Rosa, P. & Bowes, A. (1990) *Entrepreneurship: some lessons of social anthropology*. E.C.S.B. 4th Workshop on research in entrepreneurship, University of Cologne.
- Rotter, J.B. (1966). Generalised expectations from internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80.
- Rotter, J.B. (1975). "Some problems and misconceptions related to the construct of internal vs external control of reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43.
- Rueda, S. I., Fernández, L. A., & Herrero, C. Á. (2012). Estudiantes universitarios Cantabria y emprendimiento: investigaron determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *Faedpyme International Review*, 1(2), 9-15.
- Rueda, S. I., Moriano, J.A. y Liñán, F. (2015). Validación de un cuestionario de teoría del comportamiento planificado para medir las intenciones emprendedoras. *En desarrollar, dar forma y hacer crecer el espíritu empresarial*. Edward Elgar.
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: Un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(1), 109-119. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlps/v41n1/v41n1a09.pdf>
- Sánchez, J.C. (2010). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1), 41-52.

- Sánchez, J. C. (2011), University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2). <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>
- Sánchez, J. C., Aldana, R., De Dios, S. & Yurrebaso, A. (2012). La motivación y la intención emprendedora. *Revista Internacional de Psicología del Desarrollo y la Educación*, 4 (1), 521-531. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349832337057>
- Sánchez, J. C., Lanero C., A. & Yurrebaso, A. (2005). Determinant variables of the entrepreneurial intention in the university context. *Revista de Psicología Social Aplicada*, volumen 15(1), 37-60.
- Sánchez, L. (2003). Perfil psicológico del autoempleado. *Tesis Doctoral*. Universidad Complutense de Madrid. [de http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf](http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf)
- Shapiro, A. y Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall.
- Silva, J. E. (2008). *Emprendedor: Crear su propia empresa*. México. Editorial Alfaomega.
- Silva, O., M., Sánchez, J. C., & Garrido M., E. (2005). El impacto del entorno social en las ciencias de auto-eficacia de los emprendedores. *Un estudio pragmático. Psicología social y problemas sociales*, 4, 407-417.
- Sueiro, M. J., Sánchez I., I., & Moncayo, A. (2011). Evaluating risk propensity using an objective instrument. *The Spanish journal of psychology*, 14(1), 392-410.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Allyn & Bacon.
- Tarapuez C., E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío. *Pensamiento y Gestión*, 41, 60-90.
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Timmons, J. (1989). *Planes de Negocios funcionales*. Mc Graw Hill.

- Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerenciales*, 26(117), 41-50.
- Tounés, A. (2003). L'intention enterpriseuriale: une recherche comparative entre des étudiants suivant des formations in enterpriseuriat (bac + 5) et des étudiants en DESS CAAE. *Tesis de doctorado en Ciencias de gestión*. Université de Rouen.
- Turker, D. y Sönmez S. , Senem (2009). ¿Qué factores afectan la intención empresarial de los estudiantes universitarios?. *Revista de Formación Industrial Europea*, 33 (2), 142-159.
- Valencia, A., Cadavid, L., Ríos, D.C. & Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista venezolana de gerencia*, 17(57), 132-148.
- Valencia, G. D. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre económico*, 15(32), 103-128.
- Valencia, R. (2007). Importancia del emprendimiento. *Emprendimiento y empresarismo*, 15(1) ,26-33.
- Van Stel. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. Small Business. *Economics Journal*, 24(3), 311-321.
- Varela, R. (1998). *Cambios hacía el Nuevo Siglo*. Ponencia en XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial. TEC-ICESI.
- Varela, R., & Bedoya A., (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios gerenciales*, 22(100), 21-47.
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. y van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33 (2), 325-341. Doi: 10.1016/j.joep.2011.02.009
- Xiaozhou, X., Hao, N. y Yinghua, Y. (2015). Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school, Joly students: an empirical study. *Asia Pacific Educate*, 17, 625-635.

- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H. y Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>
- Zeffane, R. (2015). Gender, trust and risk-taking: a literature review and proposed research model. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 9 (3): 221-232.
- Zhang, Y., Duysters, G. y Cloudt, M. (2014). El papel de la educación emprendedora como predictor de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Revista internacional de emprendimiento y gestión*, 10 (3), 623-641.