

INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Área de investigación: Emprendimiento social

Ana Laura Arteaga Cervantes

Universidad Politécnica de Guanajuato
México
aarteaga@upgto.edu.mx

Mario Alberto Mexicano Ojeda

Universidad Politécnica de Guanajuato
México
mmexicano@upgto.edu.mx

Rocío González Martínez

Universidad Politécnica de Guanajuato
México
rgonzalez@upgto.edu.mx

XXI
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN EN UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Resumen

La presente investigación pretende reflejar la intención emprendedora de los estudiantes de Licenciatura en Administración. El estudio se realizó a través del cuestionario propuesto por Corvólan y Jiménez (2012) quienes generaron un instrumento para la medición de emprendimiento a nivel universitario, donde contemplo diez dimensiones. La investigación se planteó para desarrollarse bajo la metodología de una investigación cuantitativa, aplicando el cuestionario a una muestra de 266 estudiantes de diferentes cuatrimestres y edades. Por lo que se analizan las dimensiones de la intención emprendedora: autoestima, compromiso en tareas, creatividad, iniciativa, innovación, liderazgo, necesidad de logro, perseverancia, resolución de problemas y riesgo. El resultado obtenido servirá para conocer los elementos que influyen en el emprendimiento universitario y a su vez establecer nuevas formas de trabajo en su desarrollo, mejorar la productividad y la atención, integración de los roles de liderazgo y funciones de administrativas para llevar a la solución de problemas de forma innovadora.

Palabras clave: Emprendimiento, administración, estudiantes, IES



Contenido

Introducción

El emprendimiento es un fenómeno que cada día se estudia más a detalle y desde diversas perspectivas (Martín, Gámez y Lima, 2013), esto con el propósito de poder determinar los factores que sobresalen entre los emprendedores y que se pueda comprender a precisión el quehacer de los individuos que son capaces de crear, innovar y construir escenarios permitiéndoles destacar no solo en el ámbito económico sino también social.

Los emprendedores están en constante búsqueda por adquirir cualidades como son: buscar oportunidades, ser creativos e innovadores, confían en sí mismos, se encuentran motivados, tienden a ser organizados y a planificar para poder calcular sus riesgos permitiendo con ello el destacar en un mundo cada vez más competitivo y generando mejores oportunidades (Miranda y Silva, 2005), no solo para ellos sino también para el entorno en el cual han de desarrollar dichas actividades (Marín, 2011), (OECD, 2013).

De acuerdo al Consejo de Investigación de la Opinión, citado por: Dollinger, (2008), cada vez son más los individuos que emprenden por cuenta propia. Reportando que el 54% de los jóvenes de entre 18 a 24 años están muy interesados en iniciar su propio negocio, en comparación con el 36% de las personas entre 35 y 64 años.

Esta investigación presenta un análisis de la intención emprendedora en alumnos de licenciatura en administración de una institución pública cuya población es de 560 alumnos inscritos en el cuatrimestre de Enero – Abril de 2016, para fines de este estudio se consideró una muestra de 266 estudiantes.

Con la presente investigación se pretende determinar si los factores demográficos y el avance académico tienen una influencia de la intención emprendedora en los estudiantes de nivel superior.

Marco teórico

Al hablar de emprendimiento debemos remontarnos al origen francés de la palabra entrepreneur, que hace referencia en sus inicios a personas aventureras. Con el paso de los años se fue empleando este término para identificar a los que comenzaban una empresa, ligándolo al de empresario



innovador. Siendo Schumpeter, el primero en emplear este para hacer referencia a quienes con sus actividades desestabilizan los mercados (Castillo, 1999).

El término emprendedor ha sido aceptado de manera uniforme en la literatura. Considerando lo establecido en la cita de Krueger (2002) sobre Schumpeter y Mill considerando el termino establecido por los economistas, la palabra se utilizó mucho antes que eso, siendo Cantillon, alrededor del año 1700, quien describe al emprendedor, como un tomador de decisiones racional que asume el riesgo y la gestión de la empresa, centrándose en asumir el riesgo como el factor clave y diferenciador entre el empresario y los administradores (Krueger, 2002) y (Rodríguez, 2009).

Para Vázquez (2015), el ser emprendedor es ir más allá de crear o generar una empresa, se requiere poder adaptarse a los cambios, generando un vínculo con la innovación ya que ambos términos van de la mano para beneficio de la organización, considerando emprendedores a los individuos que eran capaces de asumir riesgos.

El emprendimiento visto desde un enfoque meramente económico, en el pensamiento tradicional Schumpeteriano, se identifica como aquel sujeto que visualiza la innovación de diversos factores de producción, para lo cual requiere de tomar riesgos, considerando la parte de significativa subjetivista del término (Orrego Correa, 2009).

Para Orozco Castro y Chavarro Bohórques (2008), entender el concepto de emprendimiento bajo la óptica de los clásico, es considerado como el capitalista que gana interés derivado del resultado de la inversión de su capital.

El Programa de Indicadores de Emprendimiento (PIE) lo define como un fenómeno vinculado con la actitud empresarial, siendo la tarea llevada a cabo por un individuo quien está en la búsqueda de generar valor, sea por la creación o bien la expansión de la actividad económica, creando o modificando productos, procesos o bien al mismo mercado. Por lo que se considera al emprendimiento como un fenómeno que repercute en la economía de formas muy distintas, y por consiguiente teniendo diferentes resultados no solo impactando en la generación de riqueza (OECD, 2013).

Al hacer referencia al emprendimiento se derivan dos tipos de individuos, en primer lugar se considera al guerrero que se arriesgaba a emprender una lucha



reconociendo así sus características personales, y por otro lado se encuentra el jefe quien es el encargado de planear las estrategias que han de emplearse para la obtención del éxito, reconociéndole por sus funciones, Casson (1982) citado por Rodríguez (2009) aprecia las características personales y funcionales de la persona emprendedora, teniendo bases en las cuestiones económicas, pero silenciándolo de lo que es el inversionista.



El termino emprendimiento tiene un significado diferente para cada persona, algunos lo enfocan a la parte del manejo de la tecnología, otros tanto se imaginan como dueños de pequeños negocios. "El espíritu empresarial va más allá de la creación de un nuevo negocio", se trata de un modo de pensar y de actuar que consiste en buscar varias formas de resolver un problema y de poder generar valor. (Fernades, 2016).

El termino emprender cuenta con una variedad y diversas aplicaciones y definiciones entre ellos se mencionan algunos:

En el ambiente de los negocios el emprendedor es un empresario, pudiendo ser el poseedor de una empresa comercial con fines de lucro; es alguien que se aventura en una actividad nueva de negocios. Para el sector académico, emprender es un vocablo que denota un perfil, que cuenta con un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada permitiéndole mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos (Alcaraz, 2011).

Para Freire (2005) el ser emprendedor se percibe desde dos enfoques diferentes, el primero considera al emprendedor como un individuo que detecta una oportunidad y se empeña por generar una empresa o bien esfuerza por adquirir o formar parte del grupo que la crea para aprovechar las oportunidades, en el segundo concepto hace referencia al proceso de emprender el cual comprende las actividades que permitan detectar oportunidades y crear organizaciones para llevarlas a cabo.

Dentro de las características que identifican a los emprendedores se pueden considerar: la capacidad de organizar, ser entusiasta, innovador, optimista, dinámico, estar dispuesto a asumir riesgos, creativo y con orientación al crecimiento. (Emprende México, 2016).

De acuerdo a Marín (2011) el nuevo modelo empresarial está orientado a la innovación y al cambio, esto teniendo su origen en la competitividad, debido

que en nuestros días para alcanzar el éxito, tanto personal como profesional, se requiere poseer algo más que el perfil requerido por las empresas y son las cualidades personales y no las generales, las características más apreciadas y valoradas.



Existen autores que identifican la figura del empresario emprendedor y las del empresario innovador, relacionando el concepto de emprendedor con el de dirección del cambio y el compromiso con la innovación, es por este motivo que la creación de una empresa se convierte en un medio para realizar y explotar económicamente su innovación (Barba y Martínez 2006).

Para Miranda y Silva (2005) consideran el perfil emprendedor como la capacidad que tiene el individuo de descubrir las oportunidades que ofrece el mercado, aunado a motivación, impulso y habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de dicha oportunidad.

Espinoza (2011) identifica y desarrolla esa capacidad emprendedora en las empresas por lo que considera necesario contar con un esquema que presente con claridad la serie de características, habilidades y potencialidades del emprendedor, tanto por interés personal, como el incentivar y cultivar el capital humano de las personas a su cargo.

De Pablo, Santos y Bueno (2004) identifican tres grupos de estudios que atienden a objetivos diferentes, unos que estudia lo qué ocurre cuando el emprendedor actúa, es decir analizan los modelos explicativos sobre su actuación, otro que analizan el por qué actúa, es decir, los aspectos motivacionales y por último los que se preocupan por estudiar cómo actúa, es decir, estudio de competencias y capacidades. De su análisis puede concluirse que hay varias categorías de factores de especial relevancia, considerando lo siguiente:

- La Personalidad del individuo, es decir se analizan, los rasgos psicológicos, el perfil del emprendedor, que van a definir sus aptitudes.
- Los Aspectos Motivacionales, o impulsos, siendo los que llevan a un individuo a embarcarse en un proyecto.
- Capacidades y competencias, identificando, las habilidades y conocimientos del individuo, que dan como resultado la evolución de la aptitud la cual es



desarrollada a lo largo de su vida, gracias al aprendizaje y la experiencia adquirido en su relación con el entorno.

Según Erquiaga (1992) existen también aspiraciones personales que influyen en la creación de empresas tales como inclinación por las tareas directivas, el prestigio y reconocimiento social, así como el nivel educativo que un capital de vital importancia y constituye una condición necesaria más no suficiente para la creación de empresas.



Para Urbano y Toledano (2008) consideran el espíritu empresarial como una forma de pensar, razonar y actuar vinculada a la búsqueda y detección de una oportunidad de negocio. Teniendo como resultado la creación, mejora, realización, no solo desde la perspectiva económica sino también social, y no sólo para su propietario, también para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores, etc.).

El espíritu emprendedor juega un papel trascendental como motor de la innovación de una sociedad y en específico de su economía, no obstante existe una inadecuada planificación de las actividades que promueven el emprendimiento. En cuestión del estudio de emprendimiento en universitarios es un tema que no ha sido adecuadamente tratado (Martín, Gámez y Lima, 2013).

De acuerdo a Jaramillo, Morales, Escobedo, y Ramos (2013) en México se ha hecho poca investigación para documentar las características de los emprendedores, sus motivaciones, necesidades de apoyo, y su contribución al proceso de innovación y desarrollo económico es por ello que la presente investigación pretende ayudar en este sentido en determinando las variables que llegan a influir en el emprendimiento.

Desde el punto de vista de la administración, el emprendimiento forma parte de lo que es una práctica social, adecuándose este a lo que son los requerimientos de la sociedad en donde se practique es decir forma parte de la conducta humana, siendo esta la razón bajo la cual se contextualiza dentro del campo de las ciencias sociales. Enfocándose a lo que es el aprendizaje del hombre quien será el encargado de desarrollar las acciones que le permita transformar el contexto social en el cual se encuentra inmerso (Orrego, 2009).

En investigaciones realizadas por Cabana- Villca, Cortes-Castillo, Plaza-Pasten, Castillo-Vergara y Alvarez-Marin (2013) destaca que los alumnos que



desarrollan su capacidad emprendedora tienen un potencial del 74% en comparación con aquellos que no desarrollan dicha capacidad. Esta relevancia está vinculada al costo de oportunidad en cuanto a la brecha del desarrollo de capacidades emprendedoras.



Aragón y Baixauli (2014) realiza un estudio de la intención emprendedora en estudiantes de nivel medio superior, encontrando que los estudiantes llegan a valorar positiva o negativamente la creación de una empresa, en donde la actitud personal juega un papel favorable en el momento de tener una mayor intención de crear una empresa.

En estudios realizados por la Universidad de Alcalá revela que las características personales (sociodemográficas) de los alumnos en términos de edad, género específicamente masculino, al igual la existencia de familia empresaria han resultado ser relevantes en la intención emprendedora siendo factores poco influyentes el grado académico y la percepción de la figura empresarial (Moreno, 2010) .



Ateniendo a los resultados obtenidos de estudios realizados por Liseras, Gennero y Graña (2003), proporcionan resultados interesantes en cuanto a que los estudiantes universitarios tienen una inclinación de hacia la actividad empresarial. Reportando que el 35% de los alumnos tiene una vocación emprendedora, de los cuales el 17% han formado parte en la creación de una empresa, el 20% cuentan con un proyecto empresarial concreto, es decir tienen una intención emprendedora.



En cuestiones de emprendimiento es necesario fortalecer la cultura emprendedora en especial desde la enseñanza universitaria, por lo cual Freire (2016), propone que las universidades establezcan programas que fomenten la información y asesoría para que los estudiantes puedan iniciar en el emprendimiento.

Los modelos de emprendimiento como una parte del proceso de formación, debe de considerar su importancia en razón de los aspectos sociales, humanos así como pragmáticos, se debe de considerar la creación de una empresa como un proceso de naturaleza humana y no solo con fines económicos (Duarte y Ruíz Tibana, 2009).



Método

La presente investigación tuvo como objetivo la caracterización de la intención de emprendimiento a través de las diez dimensiones establecidas en el cuestionario propuesto por Corvólan y Jiménez (2012) quienes a partir del estudio realizado, generaron un instrumento para la medición de emprendimiento a nivel universitario. La investigación se planteó para desarrollarse bajo la metodología de una investigación cuantitativa, diseñada bajo el criterio de control: no experimental, el criterio de temporalidad: prospectivo y el criterio de dimensionalidad: Transaccional Correlacional.

Para el desarrollo de esta investigación se siguió un proceso que consistió en recolectar, analizar y vincular la información a fin de responder a las interrogantes de investigación, las cuales son:

- ¿Qué factores afectan la intención emprendedora en los alumnos universitarios?
- ¿Los datos demográficos y el avance académico tienen una influencia significativa en el desarrollo de la intención emprendedora en los alumnos universitarios?

La hipótesis de presente investigación se centró en:

- H1: La intención emprendedora está influenciada por factores demográficos de los alumnos.
- H2: El avance académico de los alumnos influye significativamente en el desarrollo de la intención emprendedora.

El formato del cuestionario fue desarrollado en una escala tipo Likert de cuatro puntos para lo cual se utilizó el esquema desarrollado por Corvólan y Jiménez (2012): 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. De acuerdo y 4. Muy de acuerdo.

La población total fue de 560 alumnos inscritos en el cuatrimestre de Enero – Abril de 2016, se aplicaron en el mes de Abril 2016 los cuestionarios a los alumnos de la licenciatura en administración sin hacer ninguna distinción, estratificando la muestra por cuatrimestres, conformada la muestra por 266 estudiantes, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 97.5%.



Resultados

Para el análisis de la información se utilizó el software SPSS en su versión 21, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 1
Descripción demográfica de la muestra

Ítem		Casos	Porcentaje
Género	Hombres	70	31.0%
	Mujeres	156	69.0%
Estado civil	Soltero	214	94.7%
	Casado	8	3.5%
	Unión libre	1	0.4%
	Divorciado	3	1.4%
Cuatrimestre	Segundo	81	35.8%
	Cuarto	17	7.5%
	Quinto	58	25.7%
	Séptimo	19	8.4%
	Octavo	44	19.5%
	Decimo	7	3.1%
Edad	18 años	25	11.1%
	19 años	47	20.8%
	20 años	60	26.5%
	21 años	46	20.4%
	22 años	17	7.5%
	23 años o más	31	13.7%
	Promedio	20.58 años	
Ciudad	Celaya	77	34.1%
	Cortazar	71	31.4%
	Jaral del progreso	13	5.8%
	Villagrán	25	11.1%
	Otra ciudad	40	17.7%
Alumnos que han trabajado	Si	151	66.8%
	No	75	33.2%
	Promedio	14.6 meses	
Tiene su familia un negocio	Si	78	34.5%
	No	148	65.5%
Intención de iniciar su propio negocio	Si	201	88.9%
	No	25	11.1%

Fuente: Elaboración propia





Con los datos demográficos anteriores encontramos que el 69% de los alumnos son mujeres y el 31% son hombres; la edad promedio de los estudiantes es de 20 y 21 años; el 94.7% de los alumnos son solteros, el 3.9% tienen algún tipo de relación y el 1.4% son divorciados; el 69% de alumnos encuestados están cursando la primera mitad de su carrera universitaria – la licenciatura está integrada por 10 cuatrimestres-; de acuerdo a la procedencia de los alumnos en su mayoría proceden de ciudades ubicadas en un rango de 20 kilómetros de la Universidad esto es: Celaya, Gto. Con el 34.1%, Cortazar, Gto., con el 31.4%, Villagrán, Gto., con el 11.1%, Jaral del Progreso, Gto., con el 5.8 y con el 17.7% son alumnos provenientes de otras ciudades.

La tabla 1 nos muestra que el 66.8% de los alumnos han trabajado en algún momento de su vida; con un promedio de 14.6 meses de labores, en relación al 33.2% de alumnos que manifestaron nunca haber trabajado; en cuanto a la pregunta de ¿tu familia cuenta con algún negocio? solo el 34.5% contesto que sí; y en relación a la pregunta ¿te gustaría iniciar tu propio negocio? el 88.9% de los alumnos contestaron que sí.

Se midió la consistencia interna de los 34 ítems, agrupados por cada constructo mediante el estadístico de coeficiente alfa-Cronbach obteniéndose para toda la escala del IPL de 0.934. Asimismo, se calculó el coeficiente alfa-Cronbach para cada dimensión del instrumento y los valores se muestran en la tabla número 2:

Tabla 2
Alfa de Cronbach por dimensión

Dimensión	Ítems	Alfa de conbrach
Autoestima	8, 11, 13	0.587
Compromiso en las tareas	2, 24	0.389
Creatividad	1, 20, 21, 25, 26, 27, 29, 32, 33	0.884
Iniciativa	9, 34	0.518
Innovación	3, 6, 23	0.559
Liderazgo	5, 10	0.755
Necesidad de logro	14, 15	0.430
Perseverancia	4, 12, 16, 17, 30, 31	0.777
Resolución de problemas	18, 19	0.655
Riesgo	7, 22, 28	0.563

Fuente: Elaboración propia



Como primer punto de análisis, se decidió dividir al total de sujetos en tres categorías (bajo – medio y alto de intención emprendedora) según el puntaje total obtenido en la escala, donde el mínimo de puntuación es 34 puntos y el máximo 132 puntos. Los puntajes de corte que se utilizaron para definir los rangos de categorización fueron: Puntaje total $\leq$ a 104,00 = Nivel bajo de intención emprendedora; Puntaje total entre 104,01 y 115 = Nivel de intención emprendedora medio; y Puntaje total $\geq$ a 115,01 = Nivel alto de intención emprendedora. La frecuencia de sujetos de la muestra pertenecientes a cada categoría se reporta en la siguiente tabla:

Tabla 3
Intención Emprendedora

Intención emprendedora	Casos	Porcentaje
Baja	55	24.3%
Media	67	29.6%
Alta	104	46.0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4
Intención Emprendedora por Género

Genero	Nivel	Casos	Porcentaje
Mujeres	Baja	39	25.0%
	Media	51	32.7%
	Alta	66	42.3%
	Total	156	100.0%
Hombres	Baja	16	22.9%
	Media	16	22.9%
	Alta	38	54.3%
	Total	70	100.0%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 3 y 4 muestra que solo el 24.3% de los estudiantes presento una baja intención emprendedora; en contraste con el 46% de los estudiantes que presento una alta intención a emprender. En la tabla 4 se presenta un análisis por género de la intención emprendedora observándose que en las estudiantes mujeres se presenta un porcentaje más alto de casos con intención emprendedora baja y media en relación a los casos de los estudiantes hombres;

en la intención de emprendimiento alta, el porcentaje en hombres es de 54.3%, en relación al 42.3% de las mujeres.

Tabla 5

Intención Emprendedora por avance en su formación profesional

Avance académico	Nivel	Casos	Porcentaje
Cursando la 1a mitad de su formación profesional	Baja	40	25.6%
	Media	49	31.4%
	Alta	67	42.9%
	Total	156	100.0%
Cursando la 2a mitad de su formación profesional	Baja	15	21.4%
	Media	18	25.7%
	Alta	37	52.9%
	Total	70	100
Total de casos		226	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 5 se presenta un análisis por el nivel de avance en su formación profesional observándose que en los estudiantes que están cursando la primera mitad de la licenciatura solo el 42.9% de ellos presenta una alta intención emprendedora en relación al 52.9% de estudiantes con intención alto en emprendimiento que se presenta en los que están estudiando la segunda mitad de su formación profesional.

Para la validación del instrumento se realizó el “Test de Adecuación de la Medida de Kaiser-Meyer-Olkin” [KMO] y la Prueba de Esfericidad de Bartlett, debido a que, con los valores encontrados, se verifica la idoneidad de la estructura de la matriz de correlaciones. Donde, los valores obtenidos en la prueba KMO con respecto a la adecuación muestral son considerados aceptables, así como los resultados del contraste de esfericidad de Bartlett que también indican la idoneidad del análisis realizado, como se aprecia en las tablas siguientes:

Tabla 6

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.917
Chi-cuadrado aproximado	2949.395
Prueba de esfericidad de Bartlett	561
Sig.	.000

Fuente: Elaboración propia

Para la prueba de hipótesis se utilizó la correlación de Pearson, que mide la fuerza y sentido de relación entre dos variables medidas en al menos escala de intervalo, además si esta es significativa (p diferente de 0); se realizó la correlación, para definir la relación que existe entre las variables estudiadas. Las correlaciones significativas que surgieron de este análisis estadístico se muestran en la tabla 7, los valores muestran que tan fuerte es la correlación que existe, entre más cercano a 1 este el valor es más fuerte esta correlación. Para este análisis se tomó un valor mayor a .5 para demostrar que existe una correlación significativa entre dos variables.

Tabla 7
Correlaciones entre variables estudiadas

		Edad	Genero	Trabaja	Cuatrimestre	Estado Civil	Tiempo trabajado	Ciudad	Tiene negocio	Promedio
Total intención emprendimiento	Correlación de Pearson	.042	.041	-.154*	.142*	.010	.190**	.122	-.155*	.116
	Sig. (bilateral)	.528	.544	.021	.033	.882	.004	.067	.020	.081
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Autoestima	Correlación de Pearson	.064	.095	-.190**	0.093	.027	.166*	.089	-0.07	.056
	Sig. (bilateral)	.337	.155	.004	.163	.683	.012	.183	.270	.405
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Compromiso en tareas	Correlación de Pearson	-.006	-.066	-.035	.102	-.002	-.001	.079	-.011	.187**
	Sig. (bilateral)	.928	.323	.602	.125	.981	.985	.237	.865	.005
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Creatividad	Correlación de Pearson	.069	.116	-.172**	0.105	.015	.189**	.116	-.143*	.037
	Sig. (bilateral)	.305	.081	.010	.117	.824	.004	.082	.032	.578
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Iniciativa	Correlación de Pearson	.116	.112	-.178**	.203**	-.011	.244**	.004	-.148*	.038
	Sig. (bilateral)	.082	.094	.007	.002	.871	.000	.948	.026	.566
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Innovación	Correlación de Pearson	0.056	0.017	0.004	.220**	0.001	.162*	0.125	- 0.110	0.082
	Sig. (bilateral)	.406	.803	.950	.001	.985	.015	.061	.100	.220
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Liderazgo	Correlación de Pearson	.097	-.011	-.139*	.111	.067	.140*	.077	-.117	.163*
	Sig. (bilateral)	.145	.866	.037	.096	.318	.035	.249	.078	.014
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Necesidad de logro	Correlación de Pearson	-.097	-.022	-.037	.079	-.012	.084	.053	-.167*	.116
	Sig. (bilateral)	.147	.737	.584	.240	.853	.210	.426	.012	.082
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Perseverancia	Correlación de Pearson	-.006	-.090	-.074	.066	-.008	.151*	.142*	-.109	.142*
	Sig. (bilateral)	.933	.177	.266	.321	.902	.024	.032	.103	.033
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226
Resolución de problemas	Correlación de Pearson	.000	-.056	-.108	.052	-.038	.069	.074	-.159*	.147*
	Sig. (bilateral)	.998	.406	.105	.435	.567	.304	.266	.017	.028
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226



Riesgo	Correlación de Pearson	-.046	.088	-.131*	.085	.015	.102	.058	-.110	.022
	Sig. (bilateral)	.495	.187	.049	.204	.828	.126	.383	.100	.743
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia



Como se puede observar las correlaciones significativas se presentan entre las variables de estudio, destacando los siguientes:

- De las variables que influyen en la intención emprendedora las que mayor correlación presentan son creatividad, la perseverancia y el riesgo.
- De las variables que influyen en la intención emprendedora las que menor correlación presentan son compromiso en tareas, necesidad de logro y resolución de problemas.
- Las variables edad, género, estado civil, ciudad de residencia y si en su familia cuentan con negocio; no presentan correlación significativa con alguna de las dimensiones de la intención emprendedora.
- El hecho de que el alumno trabaje presenta una correlación negativa con las dimensiones de autoestima, creatividad e iniciativa.
- La variable cuatrimestre que cursa, tiene una correlación significativa con las dimensiones de iniciativa e innovación.
- La variable tiempo trabajando presenta una correlación significativa con las dimensiones de creatividad, iniciativa y en la intención de emprendimiento.
- La variable de promedio escolar presenta una correlación significativa con la dimensión de compromiso en tareas.

Conclusiones

Como se puede apreciar en esta investigación el estudio de la intención emprendedora dentro de las instituciones de nivel superior es fundamental, debido principalmente porque refleja el panorama bajo el cual los jóvenes se desenvuelven, y se establecen los estilos bajo los cuales han de trabajar en los próximos años. Al mismo tiempo este estudio nos permite identificar las

variables que influyen en la intención emprendedora y que prevalece entre los estudiantes de la licenciatura de administración en una Institución Superior de la ciudad de Cortazar, Gto.



Como se aprecia en la tabla 7, la presente investigación se analizaron las variables : autoestima, compromiso en tareas, creatividad, iniciativa, innovación, liderazgo, necesidad de logro, perseverancia, resolución de problemas y el riesgo como variables que influyen en la intención emprendedora; destacando la variable creatividad y perseverancia con mayor correlación significativa.

La H1 es aceptada , debido a que la investigación realizada muestra que aspectos como el género, el estado civil, la ciudad en la que radica el estudiante no influyen en las variables que determinan la intención emprendedora; en cambio el cuatrimestre que cursa el alumno influye en la iniciativa e innovación causado principalmente porque en la universidad se da un impulso a tareas de emprendimiento desde los primeros cuatrimestre de la formación profesional y el promedio escolar del alumno influye en la variable de compromiso en tareas. Hay otras variables como el hecho de trabajar y tener gente a su cargo que influye de manera negativa a la intención emprendedora; pudiendo concluir que el hecho de laborar dentro de su formación universitaria, el estar a cargo de personal bajo sus órdenes limitan el emprendimiento debido principalmente a que los estudiantes al tener una fuente de ingresos ven disminuido su capacidad creativa y de innovación.



La H2 es aceptada, como se aprecia en la tabla 5, los alumnos de la licenciatura en Administración a medida que van cursando su formación profesional, la intención emprendedora se va incrementado, concluyendo que alumnos de la licenciatura en administración desarrollan dentro de su formación los medios para innovar y ser creativos tanto en los procesos como en la forma en cómo desarrollan la administración dentro de las organizaciones permitiendo con ello que estas últimas se desarrollen, este crecimiento en la intención emprendedora se aprecia de manera objetiva en la tabla 5 al comparar el porcentaje de alumnos con intención emprendedora alta en la primera mitad de su formación en relación a los alumnos que estudian la segunda mitad de la misma , existiendo un 10% de incremento al pasar de 42.9% al 52.9% respectivamente.



Como quedó demostrado en esta investigación la intención emprendedora requiere de un análisis más profundo, lo que da pie a investigaciones futuras

que no solo examinen factores demográficos o académicos sino que se amplíe a incluir aspiraciones personales que influyen en la creación de empresas, las habilidades directivas y la percepción del reconocimiento social, entre otros factores de interés.

Bibliografía

Alcaraz, R. R. (2011). *El emprendedor de Éxito*. México D.F.: Mc Graw Hill.

Aragón, S. A., y Baixauli, S. J. (2014). *Intención emprendedora de los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos en la región de Murcia*. Murcia, España: editum.

Barba, V., y Martínez, M. P. (2006). *Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas: el emprendedor como factor clave del proceso de cambio*. Boletín económico de ICE, Información Comercial Española, (2882), 15-28.

Cabana-Villca, Ricardo, Cortes-Castillo, Iván, Plaza-Pasten, Diego, Castillo-Vergara, Mauricio, y Alvarez-Marin, Alejandro. (2013). *Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior*. Journal of technology management & innovation, 8(1), 65-75. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007>

Castillo, H. A. (1999). *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Santiago de Chile: Intec Chile.

Corvalán, A. J., y Jiménez, P. A. (2012). *Construcción de instrumento para evaluar emprendimiento en estudiantes de pregrado de la Universidad de Talca*. Chile: Universidad de Talca.

Urbano, D. y Toledano, N. T. (2008). *Invitación al Emprendimiento*. Barcelona, España: UOC.

De Pablo., Santos, B., y Bueno, Y. (2004). *Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito*. Madrid, España.

Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship Strategies and Resources*. Estados Unidos de Norte America, Lombard, Illinois, U.S.A.: Marsh Publications.

Duarte, t., y Ruíz Tibana, M. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. Scientia Et Technica, XV(23), 326-331.



Emprende México. (2016). *Emprendedor México*. Recuperado el 29 de 05 de 2016, de <http://www.mexicoemprende.org.mx/que-es-ser-emprendedor/>

Erquiaga, E. G. (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.

Espinoza, J., (2011). *El Perfil del Emprendedor*. Administración 40 Años, 135.

Fernades, P. (21 de 03 de 2016). *Business New Daily*. Recuperado el 25 de 05 de 2016, de <http://www.businessnewsdaily.com/2642-entrepreneurship.html>

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender De la idea a la cruda realidad*. Barcelona, España: Norma.

Freire, R. M. (2016). *Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Jaramillo, V. J., Morales, J. J., Escobedo, G. J., y Ramos, C. J. (2013). *Factores que influyen para el emprendimiento de microempresas agropecuarias en el Valle de Puebla, México*. Revista Mexicana de ciencias Agrícolas (5), 925 - 935.

Krueger, N. F. (2002). *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*. New York: Routledge.

Liseras, N., Gennero, d. R., y Graña, F. (2003). *Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios*. VIII Reunión Anual de Red Pymes Mercosir (págs. 1-20). Rosario: Universidad Nacional de Mar de Plata.

Marín, M. E. (2011). *Perfil emprendedor de los gerentes de las empresas lácteas del Municipio Colón del estado Zulia*. Visión Gerencial, 10(1).

Martín, C. N., Gámez, A. C., & Lima, C. V. (2013). *La intención emprendedora. Un análisis comparativo en los sistemas educativos Español y Brasileño*. (págs. 1-13). España: Universidad de Valladolid.

Miranda, R. M., y Silva, J. V. (2005). *Emprendimiento juvenil: análisis de la percepción de existencia de capacidad emprendedora a los estudiantes de primer*



año de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad Austral de Chile.

Moreno, J. d. (2010). *Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios*. Caracciolo Revista digital de investigación en docencia.



OECD. (2013). *Panorama del emprendimiento 2012*. Monterrey, México, México: OECD Publishing.

Orozco Castro, L. A., y Chavarro Bohórques, D. A. (Diciembre de 2008). *Universidad y emprendimiento*. Hallazgos (10), 65-97.

Orrego Correa, C. I. (Enero - Junio de 2009). *La fenomenología y el emprendimiento*. Revista científica Estratégica, 17(21), 21-31.

Rodríguez, R. A. (Julio de 2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Pensamiento y Gestión (26), 94 - 119.

Vázquez, M. J. (2015). *El Emprendimiento Empresarial La importancia de ser emprendedor*. Estados Unidos: IT Campus Academy.

