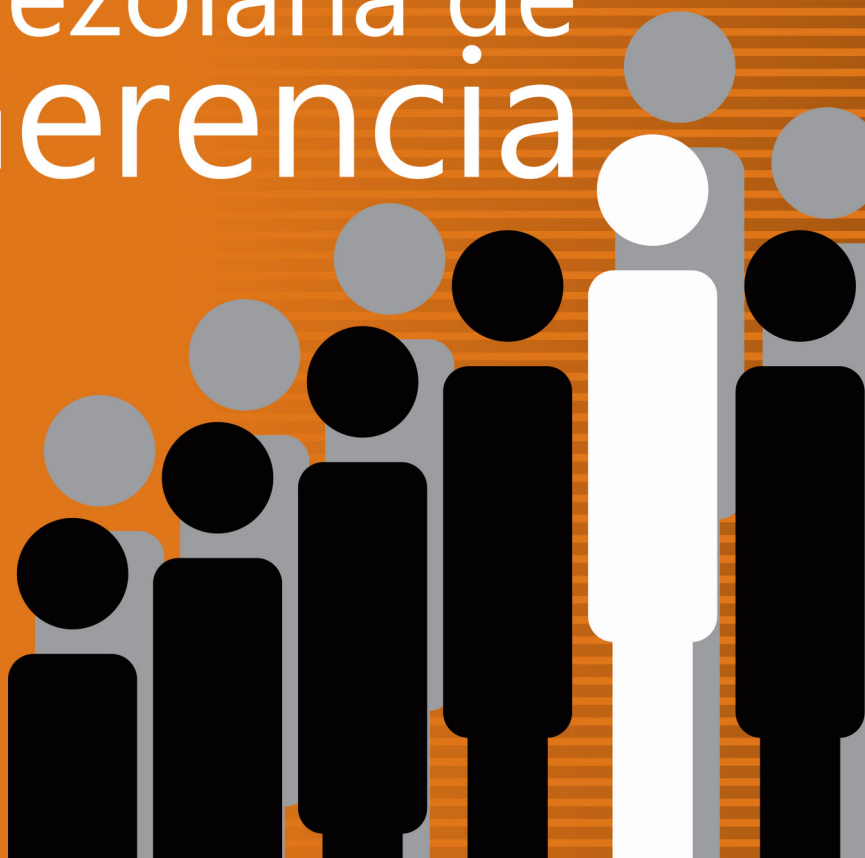




Año 22 No. 78

Abril - Junio 2017

# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)



# Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec<sup>1</sup>

**Jaimes Millán, Francisco\***  
**Jaramillo Jaramillo, Marcela\*\***  
**Pérez Chávez, Manuel Antonio\*\*\***

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo identificar los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de las áreas económico-administrativas del Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México. Se utilizó el tipo de investigación correlacional, mediante un modelo de regresión logística binaria, donde la variable dependiente, es la actitud o intención emprendedora, con dos opciones de respuesta y las variables independientes: factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos estructuradas a escala Likert. Para obtener los datos, se aplicó un cuestionario estructurado a través de la consulta de estudios previos a 342 estudiantes de las licenciaturas en Administración, Contaduría e Informática Administrativa. Los resultados revelan que los factores sociodemográficos que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes son edad, estado civil, semestre y conocimiento del Programa Emprendedor; los factores psicológicos son autoestima, innovación y propensión al riesgo; y como factor socioeconómico es la tendencia a la inversión. Se concluye que los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes varían de acuerdo al contexto, lo cual demuestra el cumplimiento de la Teoría de Acción Razonada de Ajzen (1991), a partir de creencias, actitud hacia la conducta, las intenciones y la conducta en sí.

**Palabras clave:** Factores sociodemográficos; factores psicológicos; factores socioeconómicos; actitud emprendedora; estudiantes.

Recibido: 15-10-16. Aceptado: 10-03-17

<sup>1</sup> Este artículo deriva del proyecto de investigación Perspectivas Empresariales de los Estudiantes, Docentes y Egresados Universitarios, 2014, UAEM-CA-188.

\* Profesor del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, Mtro. en Administración de Negocios, línea de investigación; Desarrollo Sustentable a través de la Educación y la Gestión Empresarial, fra\_jami@hotmail.com

\*\* Profesora investigadora de tiempo completo en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec, Dra. en Contabilidad y Auditoría, línea de investigación; Desarrollo Sustentable a través de la Educación y la Gestión Empresarial, lc\_marce@yahoo.com.mx.

\*\*\* Profesor investigador de tiempo completo del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, Dr. en Ciencias de la Educación, maperezch@yahoo.com.mx.

# *Factors that affect the entrepreneurial intention of students of the University Center Temascaltepec*

## **Abstract**

This research aims to identify the factors that influence the entrepreneurial intention of students in the economic and administrative areas of the University Center Temascaltepec of the Autonomous University of Mexico State. The type of correlational research was used, using a binary logistic regression model, in which the dependent variable is the entrepreneurial attitude or intention, with two response options and the independent variables: sociodemographic, psychological and socioeconomic factors structured on a Likert scale. To obtain the data, a structured questionnaire was applied through the consultation of previous studies to 342 students of the degrees in Administration, Accounting and Administrative Informatics. The results reveal that the sociodemographic factors that influence the entrepreneurial intention of the students are age, marital status, semester and knowledge of the Entrepreneur Program; the psychological factors are self-esteem, innovation and risk propensity; and as a socio-economic factor is the investment trend. It is concluded that the factors that influence the students' entrepreneurial intention vary according to the context, which demonstrates the fulfillment of Ajzen's Reasoned Action Theory (1991), based on beliefs, attitudes toward behavior, intentions and the behavior itself.

**Key words:** Sociodemographic factors; psychological factors; socioeconomic factors; entrepreneurial attitude; students.

## **1. Introducción**

Los estudios acerca del emprendimiento comienzan en la década de los setenta del siglo pasado, se desarrollan durante los ochenta y alcanzan pleno reconocimiento en los noventa, en Estados Unidos (Espíritu, 2011); periodo en el que ha incrementado también el número de cursos y programas relacionados con la intención emprendedora (Lorz, 2011). Esta representa un constructo que funge como intermediario entre la movilización de la idea y una acción emprendedora (Alonso, Rodríguez y Fuentes, 2012).

La creación de empresas influye positivamente en el desarrollo económico de los países; sin embargo, es importante considerar que estas iniciativas empresariales no surgen de la nada. Necesariamente, detrás de cada proyecto, hay una o más personas

que con su esfuerzo, creatividad y entusiasmo logran concretar o poner en marcha una idea.

Esta cuestión puede abordarse desde diversos factores que influyen en la intención de emprender a partir de los rasgos o características de las personas (Shapero y Sokol 1982; citados por Osorio y Londoño, 2015).

Es escasa la investigación realizada en el tema de la intención emprendedora, sobre todo en niveles de educación básica, que comprende desde los primeros niveles de estudio hasta el bachillerato, dejando un vacío en la literatura relacionada con el emprendimiento pre-universitario (Petterman y Kennedy, 2003; citados por Osorio y Londoño, 2015). Sin embargo, hay antecedentes de investigaciones realizadas en este nivel, como el estudio sobre la intención emprendedora de los estudiantes de bachillerato y ciclos

formativos en la región de Murcia (Aragón y Baixauli, 2014).

El interés académico en torno a la creación de empresas, se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos empleos (Kantis, et al., 2002; citados por Alonso y Galve, 2008).

En el plano universitario, las instituciones contribuyen en despertar el interés en sus estudiantes de realizar sus propios emprendimientos, como lo señala Valencia et al., (2012), las universidades han sido consideradas como agentes promotores del cambio tecnológico y de innovación.

Pero para ello, la universidad ha sufrido una serie de cambios, derivado del entorno: sus misiones y funciones han evolucionado, de manera que reflejan los ideales, políticas educativas y culturas de ciertas sociedades (Scott, 2006, Citado por Rodríguez y Fuentes 2012).

Martin y Etskowitz (2000), citados por Rodríguez y Fuentes (2012), ofrecen una descripción del cambio en las funciones de la universidad, en cuatro etapas, Universidad académica, Universidad clásica, Universidad técnica y Universidad emprendedora.

La universidad ha tenido que adaptarse a los diferentes cambios políticos, económicos y culturales que ha sufrido la sociedad, aunque ha conservado su función primordial, que es la enseñanza, ha sumado a ésta otros aspectos relevantes como la investigación y el conocimiento que sus estudiantes deben adquirir para que contribuyan, a través de sus intereses emprendedores, al desarrollo de la economía local, nacional, regional y global (Egron-Polak, 2008).

La Comisión Europea, en su reporte final 2008, refleja la importancia

de la educación para desarrollar capacidades y habilidades que contribuyan a la intención emprendedora (Lorz, 2011).

En este contexto, la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), ha integrado en sus planes de estudio, unidades de aprendizaje orientadas a fomentar la actitud emprendedora de sus estudiantes e incluye programas relacionados con el mismo fin, como el Programa Emprendedor; además, en algunos de sus espacios académicos, como el Centro Universitario Temascaltepec, cuenta con incubadoras de empresas para que los estudiantes se involucren y participen en el desarrollo de ideas de negocio.

El Centro Universitario UAEM Temascaltepec ofrece tres licenciaturas con mayor carga empresarial relacionadas con la actividad emprendedora: Administración, Contaduría e Informática Administrativa, en las que se incentiva la actitud de emprender, sin embargo, no todos los jóvenes adoptan esta postura. La disposición depende de factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es identificar los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de las licenciaturas en administración, contaduría e informática administrativa del Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México. Para ello se realiza una regresión logística binaria en la cual la variable dependiente es la intención emprendedora y las variables independientes están constituidas por factores psicológicos, sociodemográficos y socioeconómicos, los datos para estas variables se obtuvieron a través de un cuestionario estructurado según estudios previos.

Para cumplir el objetivo, se presentan los principales conceptos relacionados con el emprendimiento, así como el análisis de estudios previos realizados en este tema; incluye la metodología realizada en el proceso de investigación, desde las hipótesis planteadas, la estructura del instrumento de investigación, su validación y la captura de la información en el paquete estadístico SPSS, para luego presentar resultados a través de un análisis descriptivo, haciendo uso de la regresión logística binaria para medir factores significativos en la intención emprendedora.

## 2. Emprendimiento: precisiones teóricas

El término emprendedor proviene del latín *impendere*, que significa tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa, es decir, poner en ejecución (Amaru, 2008).

También se comprende como el grupo de atributos que hacen actuar a una persona de una forma determinada y que además le ayudan a mostrar competencias para visualizar, identificar y cumplir con sus propósitos (Alcaraz, 2011).

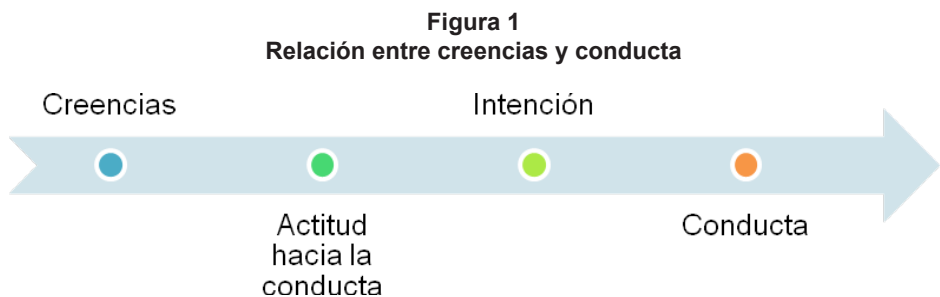
El emprendedor debe emprender, es decir, acometer, iniciar una actividad o negocio (Híjar, 2011); y las competencias que él tiene o desarrolla, provienen de sus actitudes, valores, prejuicios y experiencias (Quintero, 2007).

En esta investigación, la actitud juega un papel muy importante, en la medida que es la antesala para que las personas inicien una acción en el campo de la creación de empresas. Para que esto suceda, las personas deben adoptar previamente la actitud de emprender.

Las actitudes no son conductas, sino predisposiciones adquiridas para actuar selectivamente, conducirse de una forma determinada en la interacción social. Operan como un sistema de representación de la realidad y una vez incorporadas, regulan la conducta (Mollo, 2008).

Ajzen (2005) define la actitud como una disposición a responder favorable o desfavorablemente a un objeto, persona, institución o evento, aunque otras definiciones pueden variar.

El Modelo de la Teoría de Acción Razonada de Ajzen y Fishben que presentaron en 1967 y actualizada en años posteriores, representa la relación que existe entre creencias, actitudes, intenciones y comportamiento, que permiten tomar decisiones a nivel conductual (Reyes, 2007) (Figura 1)



Fuente: Elaboración propia con base a la Teoría de Acción Razonada de Ajzen y Fishben, citados por Reyes (2007).

La primera tarea para comprender la actitud, es obtener información acerca de las creencias: no todos los individuos tienen las mismas, o bien, ciertas creencias son más sobresalientes en unas personas que en otras. Pero lo importante es que las personas se van formando una actitud, posteriormente pasan a la intención, como antecedente inmediato de la conducta (Ajzen, 2002). Las intenciones podrán predecir la conducta de los individuos (Ajzen, 2011) que se considera como la decisión final sobre determinadas situaciones, en este caso, iniciar el negocio.

En países como España, Argentina, Paraguay, Colombia, Perú y México, por mencionar algunos, se han estudiado los factores sociodemográficos y psicológicos que inciden en la actitud emprendedora. Pero los factores socioeconómicos también afectan de forma indirecta la intención de emprender, a través de los antecedentes de las personas que tienen este interés (Liñan, 2004; citado por Martínez y Campos, 2011).

## **2.1 Estudios empíricos sobre emprendimiento**

El cuadro 1 muestra las investigaciones que se han realizado en diferentes contextos y los factores que se consideraron en cada una de ellas.

Los estudios empíricos presentados en el cuadro anterior, representan la base en la que se apoyó este trabajo, sobre todo para diseñar el instrumento de investigación que sería aplicado a los estudiantes de Administración, Contaduría e Informática Administrativa del Centro Universitario UAEM Temascaltepec.

Como se observa en el cuadro 1, pocos autores han considerado los

factores socioeconómicos de manera independiente a los sociodemográficos y psicológicos. Soria *et al.*, (2016) incluyen variables de este tipo en su instrumento de investigación.

Aunque regularmente dentro de cada grupo de factores se incluyen las mismas variables o muy similares, los resultados obtenidos varían de acuerdo al contexto, por ejemplo, en cuanto a la variable dependiente, intención emprendedora, existe una aproximación en los estudios realizados por Liseras *et al.*, (2003) acerca de los factores asociados con la vocación emprendedora en alumnos universitarios, de los que sólo 35% posee la vocación y la investigación realizada por Fernández *et al.*, (2011) en una publicación sobre la actitud emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cantabria donde resultó que 19.3% ha pensado seriamente en iniciar su empresa.

En contraste con estos estudios, Cáceres y Cohene (2010), en su investigación sobre la actitud emprendedora de los estudiantes del último año, de las áreas económico-administrativas de la Universidad de Itapúa, encontraron que 98 % desea contar con su propia empresa. Lo anterior señala que hay una amplia variación en los porcentajes de alumnos que desean iniciar su propia empresa.

De igual forma, se puede comparar cada variable en los diferentes contextos. En España, los estudios de Ezagutzen y Espíritu (Universidades de Deusto y Madrid, respectivamente) coinciden en que la presencia de familiares empresarios se relaciona con la intención de emprender por parte de los estudiantes; mientras que la investigación de Cáceres y Cohene (2010), en la Universidad de

**Cuadro 1**  
**Estudios sobre factores que inciden en la intención emprendedora.**

Autor	Título de la investigación	Lugar y año	Factores que se midieron
<b>Ezagutzen</b>	La intención emprendedora en estudiantes universitarios, el caso de la Universidad de Deusto	Universidad de Deusto, España, 2011.	<i>Sociodemográficos:</i> Familia emprendedora, experiencia laboral, experiencia como autoempleado, participación en programas de apoyo al emprendimiento. <i>Psicológicos:</i> normas subjetivas, valores individuales y control percibido interno.
<b>De Jorge.</b>	Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.	Universidad de Alcalá, España, 2013.	<i>Sociodemográficos:</i> edad, años de estudio de la carrera, género, tradición emprendedora, tipo de estudios y curso, características personales, percepción del empresario.
<b>Fernández et al.</b>	Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria.	Universidad de Cantabria, España, 2011.	<i>Sociodemográficos:</i> género, edad, formación y experiencia; estudios y ocupación de los padres.
<b>Roberto Espíritu Olmos</b>	Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid, España.	Universidad de Madrid, España, 2011.	<i>Sociodemográficos:</i> edad, sexo, gran ciudad, pequeña ciudad, hermano mayor e intermedio, hermano menor, familiar empresario padre, madre, hermano u otros; experiencia en años trabajados, experiencia en número de empresas. <i>Formación</i> (Curso matriculado, matriculado en materia y cursos sobre creación de empresas). <i>Psicológicos:</i> conservación, apertura al cambio, autoengrandecimiento, necesidad de logro y control interno.
<b>Loli, Dextre, Del Carpio y La Jara</b>	Actitudes de creatividad y emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería ubicada en Perú y su relación con algunas variables demográficas y sociales.	Universidad Nacional de Ingeniería, Perú, 2010.	<i>Sociodemográficos:</i> género y estado civil. <i>Psicológicos:</i> creatividad e iniciativa, optimismo, perseverancia, compromiso con sus convicciones, confianza en sí mismo, propensión al riesgo, capacidad de adaptación, liderazgo, independencia y autonomía, necesidad de logro, visión del futuro y competencias.
<b>Soria, Zuniga y Ruiz</b>	Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un caso de Estudio	Universidad Católica del Norte, Chile, 2016.	<i>Sociodemográficos:</i> sexo, padre o madre dueño de empresa, educación del grupo familiar. <i>Socioeconómicos:</i> ingreso familiar mensual, número de autos en el hogar, se cuenta con servicio doméstico, ahorro de dinero para iniciar un negocio propio

Fuente: Elaboración propia con base a diversos estudios sobre actitud emprendedora.

Itapúa, Paraguay, demuestra que la presencia de estos familiares no influye necesariamente en la viabilidad, el deseo y la intención de crear nuevas empresas.

Kantis *et al.*, (2004) advierten de que las diferencias en los resultados están marcadas principalmente por la cultura, factores motivacionales, de comportamiento, de adquisición de capacidades y de modelos de organización productiva en diversas regiones y países, lo cual se ha demostrado también en la investigación realizada en Paraguay, donde la mitad de los emprendedores provenía de hogares en que el padre ejercía una actividad independiente, como empresario, como profesional o en algún oficio o comercio por cuenta propia, circunstancias que pudieron haber influido, incluso de manera inconsciente, en la proyección de carrera de estas personas.

Por otra parte, "la presencia de padres empresarios (padre y/o madre) es especialmente acentuada en Costa Rica y El Salvador (40%) y significativamente menor en Brasil y Chile" (Kantis, 2004:40).

La información disponible apunta a que los tres motivos principales para emprender son de naturaleza positiva: el deseo de realización personal, el de aplicar los conocimientos y el de mejorar el ingreso personal. Muchos de los empresarios entrevistados sintieron que también contribuían con la sociedad, especialmente en los países con economías más pequeñas (El Salvador, Perú y Costa Rica).

Los contrastes entre las motivaciones para emprender en distintos países se relacionan con el contexto cultural de los emprendedores. El deseo de emprender para ser independiente, para ganar valoración social o para seguir los pasos de otros empresarios que son

tomados como ejemplo (modelos de rol) fue poco importante en Argentina, Brasil y Chile. Los mexicanos y los salvadoreños, por el contrario, fueron los que se sintieron más atraídos por la idea de ser su propio jefe y, junto con los peruanos, por la presencia de modelos de rol y el deseo de ganar valoración social (Kantis, 2004).

Ante este panorama, las universidades juegan un papel muy importante en la sociedad, porque además de buscar nuevas estrategias de enseñanza en la aplicación del desarrollo económico, constituyen, al mismo tiempo, una fuente de ideas e inventos con potencial comercial.

La educación del espíritu emprendedor puede interpretarse de dos maneras: la primera como el aprendizaje de todo lo relativo al fenómeno emprendedor, y la segunda, por la adquisición de habilidades y destrezas para convertirse en emprendedor.

De lo anterior se desprende que las universidades pueden realizar actividades básicas para fomentar el espíritu emprendedor: crear y mantener una cultura empresarial dentro de ellas a través de la impartición de cursos, la investigación, las actividades externas y el ofrecimiento de talleres específicos dirigidos a los estudiantes que deseen iniciar su propia empresa (Rasmussen y Sorheim, 2006).

El estudio de Valencia *et al.*, (2012) refleja que los estudiantes con intención emprendedora manifiestan la favorabilidad de haber adquirido conocimientos sobre creación de empresas durante su estancia universitaria. Quienes han recibido formación teórica se muestran más favorables hacia la idea de que es necesaria la formación al momento de crear una empresa.



Varias de las licenciaturas que ofrece la Universidad Autónoma del Estado de México están orientadas a incentivar la cultura empresarial. En el caso del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, se imparten las carreras de Contaduría e Informática Administrativa y en su extensión académica Tejupilco; la carrera de Administración. Estas licenciaturas son el objeto de estudio en la presente investigación.

Aunado a lo anterior, con el Programa Emprendedor y la Incubadora de Empresas, en este espacio académico se estimula y se fomenta la participación de la comunidad universitaria en las actividades con iniciativa emprendedora.

Una vez planteado los sustentos teóricos y descritas algunas de las investigaciones previas sobre la intención emprendedora y los factores que utilizan para medirla, corresponde detallar las hipótesis de la investigación y los aspectos metodológicos utilizados para el desarrollo del estudio empírico.

## 2.2 Hipótesis planteadas

En la presente investigación, se plantean las siguientes hipótesis, las cuales hacen referencia a los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de las áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec.

**H1:** Los factores sociodemográficos como edad, género, estado civil, semestre, familiares empresarios y programa emprendedor, influyen en la intención emprendedora.

**H2:** Los factores psicológicos como autoestima, innovación, motivación, propensión al riesgo y

tolerancia a la ambigüedad influyen en la intención de emprender.

**H3:** Los factores socioeconómicos como la tendencia al ahorro y la tendencia a la inversión inciden en la intención emprendedora.

## 3. Metodología para el estudio empírico

En esta sección se detallan lineamientos metodológicos empleados para el desarrollo del estudio empírico.

### 3.1 Muestra del estudio

Para comprobar las hipótesis definidas, la muestra la integraron 342 estudiantes de las licenciaturas en Administración, Contaduría e Informática Administrativa los datos se obtuvieron durante el periodo comprendió de agosto de 2013 a enero de 2014.

En la tabla 1 en la cual se muestra la distribución de la muestra, cabe resaltar que los semestres que se cursaban durante el periodo analizado eran nones.

### 3.2 Instrumento de investigación

La estructura del instrumento de investigación se observa en el cuadro 2, en este se presenta la definición de variables y la medición de estas.

Para validar la comprensión del instrumento de investigación se realizó una prueba piloto y para reforzar su fiabilidad, se validó mediante el alfa de Cronbach en el SPSS (Statistical Package for Social Science), de lo que resultó un indicador de 0.834. Ello representa un nivel bueno de confiabilidad, como lo sugieren George y Mallery (2003) citados por Frías

**Tabla 1**  
**Distribución de estudiantes por área y semestre**

	Semestre					Total
	Primero	Tercero	Quinto	Séptimo	Noveno	
Administración	23	17	36	25	23	124
<b>Licenciatura</b>						
Contaduría	14	24	26	21	28	113
Informática Administrativa	16	20	24	23	22	105
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>61</b>	<b>86</b>	<b>69</b>	<b>73</b>	<b>342</b>

Fuente: Elaboración propia.

(2014): un coeficiente alfa mayor que 0.9 es excelente; mayor que 0.8, bueno; mayor que 0.7, aceptable.

Con la información obtenida, se construyó una base de datos en SPSS. En un primer filtro se descartaron los datos de dos estudiantes que no contestaron la variable dependiente (intención emprendedora), por lo que el tratamiento estadístico se realizó con 340 alumnos.

Se realizó un análisis descriptivo y posteriormente se aplicó la regresión logística binaria para evaluar la significatividad de los factores. Con los que resultaron significativos, se formuló la siguiente ecuación:

$$\begin{aligned}
 IE = & \beta_0 + \beta_1 \text{Género} + \beta_2 \text{Edad} + \beta_3 \text{Edocivil} \\
 & + \beta_4 \text{Semestre} + \beta_5 \text{Licenciatura} + \\
 & \beta_6 \text{Egreso} + \beta_7 \text{ProgramaEmprendedor} + \\
 & \beta_8 \text{Familiarempresario} + \beta_9 \text{Autoestima3} \\
 & + \beta_{10} \text{Autoestima6} + \beta_{11} \text{Controlpercibido5} \\
 & + \beta_{12} \text{Controlpercibido7} + \\
 & \beta_{13} \text{Innovación5} + \beta_{14} \text{Innovación9} + \\
 & \beta_{15} \text{Motivaciónlogro3} + \beta_{16} \text{Motivaciónlogro7} \\
 & + \beta_{17} \text{Riesgo1} + \beta_{18} \text{Riesgo5} + \\
 & \beta_{19} \text{Tolambig6} + \beta_{20} \text{Tolambig10} + \\
 & \beta_{21} \text{Factorecon3} + \beta_{22} \text{Factorecon8} + \\
 & \beta_{23} \text{Tiempongeneracionganancia}.
 \end{aligned}$$

(Ecuación 1)

IE representa la intención emprendedora de los estudiantes y los coeficientes  $\beta$  indican el incremento de la probabilidad que ocurra el suceso;

es decir, la probabilidad de que al incrementar el número de respuestas en determinada pregunta, ésta tenga mayor influencia en la intención emprendedora.

A continuación se presentan los resultados del estudio.

#### 4. Factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de C.U. UAEM Temascaltepec: Resultados y discusión

En esta sección se presentan los resultados empíricos derivados de la investigación emprendida

##### 4.1 Caracterización de la muestra y análisis descriptivo de las variables

Respecto a la caracterización de la muestra, la tabla 2 presenta la distribución de la población objeto de estudio.

Los estudiantes que integraron la muestra fueron de Administración (36.5%), Contaduría (32.6%) e Informática Administrativa (30.9%).

Uno de cada cuatro de los estudiantes se encuentra en el quinto semestre, lo que representa un porcentaje mayor a los otros semestres;

**Cuadro 2**  
**Estructura del cuestionario**

Factores	Variable	Medidas de la variable
Factores sociodemográficos	Género	Variable dicotómica: masculino o femenino
	Edad	Variable politómica: tres rangos de edad
	Estado Civil	Variable politómica: tres opciones de respuesta
	Licenciatura	Variable politómica: tres opciones de respuesta
	Semestre	Variable politómica: cinco opciones de respuesta
	Lugar de nacimiento	Variable politómica: cinco opciones de respuesta
	Lugar de residencia	Variable politómica: cinco opciones de respuesta
	Propósitos que se tiene al egresar de la licenciatura	Variable politómica: cinco opciones de respuesta
	Conocimiento del Programa Emprendedor	Variable dicotómica: sí o no
	Participación en el Programa Emprendedor	Variable dicotómica: sí o no
	Intención emprendedora	Variable dicotómica: sí o no
	Familiares empresarios	Variable dicotómica: sí o no
	Ocupación de los padres	Variable politómica: seis opciones de respuesta
	Nivel de estudios de los padres	Variable politómica: seis opciones de respuesta
	Número de hermanos	Variable cuantitativa
Lugar que ocupa entre los hermanos	Variable con escala ordinal	
Otros integrantes en la familia	Variable politómica: seis opciones de respuesta	
Posibilidad de iniciar una empresa	Variable politómica: cuatro opciones de respuesta	
Factores psicológicos	Autoestima	Variable integrada por siete ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Control percibido interno	Variable integrada por once ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Innovación	Variable integrada por nueve ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Motivación de logro	Variable integrada por diez ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Riesgo	Variable integrada por 15 ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Tolerancia a la ambigüedad	Variable integrada por 22 ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
Factores socio-económicos	Tendencia al ahorro	Variable integrada por diez ítems con escala Likert y cuatro opciones de respuesta, donde: siempre, es igual a cuatro; y nunca, es igual a uno.
	Tendencia a la inversión	Variable integrada por cinco ítems, con escala ordinal.

Fuente: Elaboración propia.

mientras que sólo el 15% se encuentra inscrito en el primero.

De los alumnos encuestados, el 55% fueron mujeres; 45%, hombres; la edad de 60.6% osciló entre 21 y 24 años; 33.9%, entre 17 y 20 años, y el resto, son mayores de 25; además, 89% de los estudiantes es soltero.

Asimismo, 80.9% de los estudiantes encuestados tiene intención emprendedora; el resto contestó que no tiene el propósito de crear una empresa o no lo ha considerado por el momento.

Respecto a las licenciaturas y semestres que cursaban los estudiantes encuestados, 36.5% fue de la licenciatura

**Tabla 2**  
**Distribución de la población objeto de estudio.**

<b>Variables</b>	<b>Niveles</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>Porcentajes (%)</b>
<b>Licenciatura</b>	Administración	124	36.5
	Contaduría	111	32.6
	Informática Administrativa	105	30.9
<b>Semestre</b>	Primero	53	15.6
	Tercero	59	17.4
	Quinto	86	25.3
	Séptimo	69	20.3
	Noveno	73	21.5

Fuente: Elaboración propia

en Administración, 32.6% de Contaduría y 30.9% de Informática Administrativa. En cuanto al semestre en que se ubican, 25% son el quinto semestre, 21.5% del noveno, 20.3 del séptimo, 17.4% del tercero y 15.6% de primer semestre.

52 % de los estudiantes son originarios de Tejupilco y Toluca, y sólo 10 % son de Temascaltepec, sin embargo, 28.2% radica en este municipio. Este porcentaje representa la cantidad de estudiantes que se hospeda en el lugar durante su instancia en la Universidad.

Por otra parte, 39.7% de los estudiantes encuestados tiene algún familiar empresario; en su mayoría, son tíos, quienes representan 17.9%.

Con respecto a los datos del entorno familiar, 77.9% de los estudiantes encuestados cuentan con su padre viviendo en casa y 85.6% tiene también a la madre en casa; sólo 5.9% de los padres ejerce su profesión de manera independiente y 13% son dueños de un negocio; mientras que las mamás ejercen su profesión de forma independiente en 1.5% de los casos y las que son dueñas de negocio representan 10.3%. En cuanto al nivel de estudios, del total de la muestra 11.8% de los

padres terminó una licenciatura aunque no todos ejercen de forma independiente y 65% tienen estudios hasta nivel básico; en el caso de las madres, 3.5% terminó una licenciatura y 79% estudió hasta nivel básico.

Por lo que hace a la conformación de las familias, 97.4% de los encuestados tiene hermanos y 52.3% ocupa el primero o segundo lugar entre los mismos.

El Programa Emprendedor de la Universidad Autónoma del Estado de México es conocido por 59.1% de los estudiantes; de ellos, 12% ha participado en el concurso que se realiza y 69.4% ha asistido a las exposiciones de los proyectos finalistas.

## **4.2 Análisis de regresión y matriz de concordancia**

Una vez corridos los modelos se procedió al análisis de regresión. En un primer momento, de cada factor se obtuvieron las variables que representaron mayor significatividad.

La tabla 3 muestra los resultados de la regresión con los factores sociodemográficos.

**Tabla 3**  
**Regresión logística utilizando los factores sociodemográficos.**

	B	E.T.	Wald	Gl	Sig.	Exp(B)
Género	-.102	.335	.092	1	.761	.903
Edad	-.682	.302	5.102	1	.024*	.506
Edocivil	.701	.302	5.381	1	.020*	2.017
Semestre	.350	.144	5.952	1	.015*	1.420
Licenciatura	-.187	.199	.882	1	.348	.830
Egreso	.261	.124	4.450	1	.035*	1.298
ProgramaEmprendedor	-.114	.388	.087	1	.768	.892
ParticipaciónPrograma	.006	.006	.956	1	.328	1.006
Familiarempresario	-.009	.010	.754	1	.385	.991

\*p<0.01; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.1

Fuente: Elaboración propia con base a resultados del SPSS.

De las variables demográficas incluidas en el instrumento de investigación, resultaron significativas: la edad, el estado civil, el semestre que cursan los estudiantes y lo que consideran los estudiantes al egresar como la idea que tienen de formar su propia empresa o establecer su despacho. Todos estos factores resultaron significativos al 1%.

Estos resultados se presentan en la siguiente ecuación:

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Género} + \beta_2 \text{Edad} + \beta_3 \text{Edocivil} + \beta_4 \text{Semestre} + \beta_5 \text{Licenciatura} + \beta_6 \text{Egreso} + \beta_7 \text{ProgramaEmprendedor} + \beta_8 \text{Familiarempresario}.$$

(Ecuación 2)

Al correr el modelo de la regresión con los factores psicológicos, se generaron resultados que presenta la tabla 4.

**Tabla 4**  
**Regresión logística utilizando los factores psicológicos**

Factor		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Autoestima	Autoestima3	-.060	.079	.579	1	.447	.942
	Autoestima6	-.023	.013	3.072	1	.080***	.978
Control percibido interno	Controlpercibido5	-.017	.015	1.315	1	.252	.983
	Controlpercibido7	.093	.152	.371	1	.542	1.097
Innovación	Innovación5	-.617	.230	7.168	1	.007*	.540
	Innovación9	-.530	.242	4.783	1	.029**	.589
Motivación de logro	Motivaciónlogro3	-.341	.231	2.179	1	.140	.711
	Motivaciónlogro7	-.232	.214	1.183	1	.277	.793
Riesgo	Riesgo1	.271	.202	1.794	1	.180	1.311
	Riesgo5	.223	.174	1.644	1	.200	1.250
Tolerancia a la ambigüedad	Tolambig6	-.846	.313	7.292	1	.007*	.429
	Tolambig10	-.500	.221	5.107	1	.024*	.606

\*p<0.01; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.1

Fuente: Elaboración propia

De los seis factores psicológicos que se midieron, sólo tres representan mayor significatividad:

- La autoestima, con un porcentaje de significatividad del 10%, refleja que los estudiantes se cohíben cuando están con personas que consideran tienen mucho éxito; además, se sienten inferiores a las personas con las que trabajan.
- La innovación, con un porcentaje de significatividad del 1%, representa que a los alumnos les motiva pensar en nuevas ideas y disfrutan al buscar nuevos enfoques para ideas conocidas.
- La tolerancia a la ambigüedad, como factor que incide en la intención emprendedora, indica que el estudiante toma la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas,

además de solucionar problemas con rapidez. El porcentaje de significatividad es al 1% para este factor.

Con los factores psicológicos significativos se formuló la siguiente ecuación:

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Autoestima3} + \beta_2 \text{Autoestima6} + \beta_3 \text{Controlpercibido5} + \beta_4 \text{Controlpercibido7} + \beta_5 \text{Innovación5} + \beta_6 \text{Innovación9} + \beta_7 \text{Motivaciónlogro3} + \beta_8 \text{Motivaciónlogro7} + \beta_9 \text{Riesgo1} + \beta_{10} \text{Riesgo5} + \beta_{11} \text{Tolambig6} + \beta_{12} \text{Tolambig10}.$$

(Ecuación 3)

En la tabla 5 se muestran las variables económicas que presentan significatividad en la intención emprendedora:

**Tabla 5**  
**Regresión logística utilizando los factores socioeconómicos.**

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Factorecon3	.134	.198	.456	1	.500	1.143
Factorecon8	-.211	.176	1.443	1	.230	.810
Tiempogeneracionganancias	-.016	.017	.827	1	.363	.985

Fuente: Elaboración propia.

La importancia que se da al dinero incide significativamente en la intención emprendedora de los estudiantes. Así como el presupuesto que de manera personal realizan los estudiantes y el tiempo que se supone generaría ganancias un negocio.

La ecuación que se planteó para las variables significativas en este apartado, quedó de la siguiente manera:

$$IE = \beta_0 + \beta_1 \text{Factorecon3} + \beta_1 \text{Factorecon8} + \beta_2 \text{Tiempogeneracionganancia}.$$

(Ecuación 4)

El cuadro 3, muestra la matriz de concordancia, derivada de las ecuaciones que se presentaron anteriormente.

El cuadro 3 describe las variables que resultaron significativas en la intención emprendedora de los estudiantes, de igual forma, muestra su codificación en el SPSS y el signo que se esperaba (si se plantean de manera positiva, se espera un signo positivo, de lo contrario; un signo negativo). Posteriormente se corrió el modelo de regresión con las variables significativas en su conjunto. Los resultados se

**Cuadro 3**  
**Matriz de concordancia**

Determinante	Variable	Cálculo o definición	Signo esperado
Factores demográficos	Género	$\beta_1$ <b>Género</b> . Variable dicotómica, donde hombre adquiere el valor de uno; y mujer, dos.	+/-
	Edad	$\beta_2$ <b>Edad</b> . Recogida como variable continua, representa los años cumplidos por los estudiantes en el momento que se aplica la investigación.	+/-
	Estado Civil	$\beta_3$ <b>Edocivil</b> . Representa el estado civil que tienen los estudiantes al momento de contestar el instrumento de investigación: Soltero = 1, Casado = 2 y Unión libre = 3	+/-
	Semestre	$\beta_4$ <b>Semestre</b> . Variable continua, representando el periodo impar que cursan los estudiantes.	+/-
	Licenciatura	$\beta_5$ <b>Licenciatura</b> . Administración = 1, Contaduría = 2, Informática Administrativa = 3.	+/-
	Egreso	$\beta_6$ <b>Egreso</b> . Variable ordinal con cinco categorías del 1 al 5, donde se plantea la pregunta sobre lo que considera realizar al egresar de la Licenciatura.	+/-
	Programa Emprendedor	$\beta_7$ <b>ProgramaEmprendedor</b> . Codificada inicialmente como variable dicotómica, donde No = 0 y Si = 1. La pregunta es si conoce el programa emprendedor.	+/-
	Familiar empresario	$\beta_8$ <b>Familiar empresario</b> . Variable dicotómica donde No = 0 y Si = 1. La pregunta es si el estudiante tiene o no un familiar empresario.	+
Factores psicológicos	Autoestima	$\beta_9$ <b>Autoestima3</b> . Me siento cohibido cuando estoy con personas con mucho éxito. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 1 y nunca = 4.	-
		$\beta_9$ <b>Autoestima6</b> . Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 1 y nunca = 4.	-
	Control percibido interno	$\beta_3$ <b>Controlpercibido5</b> . Me divierto más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
		$\beta_4$ <b>Controlpercibido7</b> . Me siento utilizado cuando trabajo en equipo. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 1 y nunca = 4.	-
	Innovación	$\beta_5$ <b>Innovación5</b> . Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
		$\beta_6$ <b>Innovación9</b> . Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
	Motivación de logro	$\beta_7$ <b>Motivaciónlogro3</b> . Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido, funcionen mejor. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
		$\beta_8$ <b>Motivaciónlogro7</b> . Creo que lo más importante a la hora de seleccionar equipos de trabajo es que sean competentes. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
	Riesgo	$\beta_9$ <b>Riesgo1</b> . Me gusta que las cosas sean estables y predecibles. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 1 y nunca = 4.	-
		$\beta_{10}$ <b>Riesgo5</b> . Las horas libres y las vacaciones son más importantes para mí que las nuevas oportunidades y los retos que se me presenten en la vida estudiantil. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 1 y nunca = 4.	-
Tolerancia a la ambigüedad.	$\beta_{11}$ <b>Tolambig6</b> . Tomo la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+	
	$\beta_{12}$ <b>Tolambig10</b> . Soluciono los problemas con rapidez. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+	
Factores socioeconómicos	Tendencia al ahorro	$\beta_1$ <b>Factorecon3</b> . Para mí es muy importante el dinero. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+/-
		$\beta_1$ <b>Factorecon8</b> . Realizo un presupuesto personal para cubrir mis gastos. Escala Likert cuatro categorías donde siempre = 4 y nunca = 1.	+
	Tendencia al ahorro	$\beta_2$ <b>Tiempogeneracionganancia</b> . Variable de tipo ordinal, se pregunta en cuánto tiempo consideran que el negocio debe generar ganancias, con tres opciones de respuesta donde 1 = después de cinco años, 2 = entre tres y cinco años; y 3, en un año.	+/-

Fuente: Elaboración propia

muestran en la tabla 6.

La tabla 6 presenta los coeficientes de regresión (B) con sus correspondientes errores estándar

(E.T.), el valor del estadístico de Wald, la significación estadística asociada y el valor de la OR (Exp(B)) o riesgo relativo (ods ratio).

**Tabla 6**  
**Factores que inciden en la intención emprendedora**

	B	E.T.	Wald	Gl	Sig.	Exp(B)
Género	-.167	.328	.258	1	.611	.846
Edad	-.694	.306	5.150	1	.023*	.500
Edocivil	.703	.306	5.281	1	.022*	2.019
Semestre	.479	.152	9.880	1	.002*	1.615
Licenciatura	-.162	.209	.596	1	.440	.851
Egreso	.369	.117	9.924	1	.002*	1.446
ProgramaEmprendedor	-.346	.126	7.536	1	.006*	.707
Familiarempresario	-.008	.009	.813	1	.367	.992
Autoestima3	-.041	.037	1.259	1	.262	.960
Autoestima6	-.025	.013	3.632	1	.057**	.975
Controlpercibido5	-.016	.015	1.099	1	.294	.984
Controlpercibido7	.262	.178	2.163	1	.141	1.299
Innovación5	-.471	.243	3.748	1	.053**	.624
Innovación9	-.133	.264	.251	1	.616	.876
Motivaciónlogro3	-.050	.195	.065	1	.799	.952
Motivaciónlogro7	-.024	.190	.016	1	.898	.976
Riesgo1	.422	.230	3.357	1	.067***	1.525
Riesgo7	-.003	.013	.037	1	.848	.997
Tolambig6	-.080	.257	.097	1	.756	.923
Tolambig10	-.056	.066	.702	1	.402	.946
Factorecon3	.613	.228	7.266	1	.007*	1.847
Factorecon8	-.032	.045	.524	1	.469	.968
Tiempogeneracionganancias	-.003	.014	.060	1	.807	.997

\* $p < 0.01$ ; \*\* $P < 0.05$ ; \*\*\* $P < 0.1$   
 Fuente: Elaboración propia



La edad y el estado civil con un porcentaje de significatividad del 5%, así como el semestre, lo que los estudiantes piensan realizar al egresar y el hecho de conocer el programa emprendedor, con un porcentaje de significatividad del 1%, son factores demográficos que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes.

Respecto a los factores psicológicos, el hecho de que los estudiantes se sientan inferiores a los demás (autoestima, con porcentaje significativo del 5%), influye en la intención de emprender. Sin embargo, la motivación que toman acerca de iniciar nuevas ideas que estimulen un negocio (innovación, con significatividad del 5%), también tiene incidencia en la intención emprendedora. La estabilidad de las cosas y su fácil predicción también influyen en la actitud de emprender (riesgo, con porcentaje significativo del 5%).

La percepción que tienen los estudiantes acerca del dinero (factor económico, con significatividad del 1%), también influye en la intención emprendedora de los estudiantes en áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec.

Derivado de los resultados que se obtuvieron, se presenta una comparación con las hipótesis planteadas al inicio de la investigación.

- **Género**

La hipótesis planteada fue que el género influiría en la intención emprendedora de los estudiantes de las áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec; sin embargo, los resultados muestran que el género no influye en la intención de emprender.

No se encontró dependencia

entre la intención de crear una empresa y el género del estudiante. Un porcentaje similar de hombres y mujeres (81.7% y 80.2%, respectivamente) tienen la intención de emprender un negocio.

Estos resultados confirman el estudio realizado por Fuentes y Sánchez (2010), en la Universidad de Córdoba, España, acerca del perfil emprendedor bajo una perspectiva de género. Los porcentajes de hombres y mujeres que contestaron afirmativamente la cuestión de emprender fueron ligeramente inferiores a los que aquí se presentan: 76.6% hombres y 74.5% mujeres.

- **Edad**

Se planteó que la edad de los estudiantes incidiría en la intención emprendedora, lo cual se confirmó al correr el modelo de regresión logística binaria: la edad resultó significativa. Así, se puede decir que la edad influye positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes de Administración, Contaduría e Informática Administrativa del Centro Universitario UAEM Temascaltepec. La edad manifiesta para emprender se encuentra entre 17 y 24 años.

Los resultados coinciden con los estudios De Jorge (2013) en su análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios en la Universidad de Alcalá, España, donde la edad resultó ser significativa.

De igual forma, Entrialgo (2000), citado por Sánchez y Sánchez (2003), considera que la edad afecta al desempeño de la función emprendedora: los jóvenes son más propensos a la asunción de riesgos que los de mayor edad. Aunque no existe una edad ideal para empezar la carrera emprendedora, dada una preparación y un entrenamiento

adecuado es preferible comenzar temprano.

- **Estado civil**

Como se planteó al inicio, el estado civil también resultó significativo, pues incide en la intención de emprender de los estudiantes de áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Los solteros manifestaron mayores posibilidades de comenzar una aventura empresarial.

- **Familiares empresarios**

Se consideró inicialmente que la presencia de familiares empresarios influiría positivamente en la intención emprendedora; sin embargo, después de correr el modelo de regresión logística, esta variable no demuestra significatividad. No existe variación de la intención emprendedora entre quienes tienen familiares empresarios y los que no. "Se deduce entonces que la existencia de antecedentes familiares de carácter empresarial no necesariamente influye para que exista la viabilidad, el deseo y la intención de crear nuevas empresas de parte de los encuestados" (Cáceres y Cohene, 2010:8).

- **Semestre**

El semestre es otro factor que se consideró influyente en la intención emprendedora, lo cual quedó demostrado en la investigación, pues fue un elemento significativo. Esto coincide con el estudio de Espíritu (2011), que encontró efecto positivo en esta variable al analizar la intención emprendedora en estudiantes universitarios considerando los rasgos de personalidad, aunque debe decirse que en el trabajo mencionado la variable semestre que cursa presentó un efecto significativo con coeficiente beta negativo; es decir, el efecto encontrado

fue contrario conforme el estudiante avanza en sus estudios respecto de la intención de crear su propia empresa, que va disminuyendo. En contraste en nuestra investigación la variable presentó un efecto significativo con coeficiente beta positivo, pues conforme el estudiante avanza en sus estudios, su intención emprendedora incrementa. Los estudiantes del último semestre poseen una intención emprendedora más alta (87.7%) que los de semestres previos; por ejemplo, los de primero (71.7%).

Aunque la edad y el semestre están relacionados, los resultados de la regresión fueron diferentes: coeficiente beta negativo en edad (a mayor edad, menor intención emprendedora) y coeficiente beta positivo para semestre (a mayor semestre mayor intención emprendedora), lo cual se comprende al señalar que la edad se capturó por rangos y el semestre por cada uno.

- **Programa Emprendedor**

El conocimiento del Programa Emprendedor resultó con incidencia significativa, ya que entre quienes lo identifican hay una mayor actitud emprendedora. Se infiere que es importante difundir el programa a los estudiantes, así como conservar y actualizar las unidades de aprendizaje con carga empresarial que se imparten en las áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec:

*"a la universidad compete diseñar planes de estudio que fomenten de manera integral la actitud emprendedora, donde se generalicen las prácticas de extensión universitaria, tanto para docentes como alumnos, en temas de apoyo a emprendedores"* (Delicio, 2006:63).

- **Autoestima**

La autoestima incide en la intención emprendedora de los estudiantes del Centro Universitario UAEM Temascaltepec en sus áreas de Administración, Contaduría e Informática Administrativa, sin embargo, el coeficiente beta de este factor es negativo, lo que implica que la autoestima de los estudiantes es bajo. La idea de emprender representa una alternativa para ser independientes y no tener que estar bajo el mando de otras personas cuando egresen de sus respectivas carreras. Esto tiene relación con lo que Kantis (2004) concluyó en su investigación en Centro y Sudamérica, donde manifiesta que los mexicanos adoptan el deseo de emprender para ser independiente, para ganar valoración social o para seguir los pasos de otros empresarios que les sirvieron de ejemplo (modelos de rol).

- **Innovación**

Innovar más allá de desarrollar nuevos productos o servicios, desarrollar nuevos procesos o modificar sus estructuras (Cerdán, Jiménez y Torrent, 2013).

Los resultados de la presente investigación coinciden con la de Díaz et al., (2009) acerca del emprendimiento en estudiantes universitarios, en él devela que los alumnos consideran muy importante la capacidad de organizar, así como la de innovar para el desarrollo de la actitud emprendedora.

- **Propensión al riesgo**

La *propensión al riesgo* resultó significativa en el estudio, brinda una motivación mayor para iniciar un negocio, es un factor adherido a la idea de iniciar cualquier proyecto, se incrementa con la cantidad de inversión y sacrificio que

implique desarrollar dicha iniciativa. Por ello, los estudiantes contestaron que no les gustan las cosas estables y predecibles.

- **Tendencia a la inversión**

Aunque Fernández et al, (2011), en su estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC.EE. y empresariales de Cantabria, describen que el factor económico podría ser una barrera para emprender, la investigación demuestra que la *tendencia a la inversión* influye en la intención emprendedora de los estudiantes y no precisamente se necesita mucho dinero para invertir, existen otras alternativas que permiten iniciar un negocio.

Por tanto los factores los factores sociodemográficos que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes son edad, estado civil, semestre y conocimiento del Programa Emprendedor; los factores psicológicos son autoestima, innovación y propensión al riesgo; y como factor socioeconómico es la tendencia a la inversión.

## 5. Conclusiones

Un gran número de investigaciones se han realizado acerca de los factores que influyen en la intención de emprender de las personas, encontrando resultados que no siempre coinciden. Estos varían de acuerdo al entorno y el tiempo en que se desarrolle el estudio. Sin embargo, donde los autores reflejan gran coincidencia es en los factores a considerar para analizar la intención emprendedora: los sociodemográficos y los psicológicos.

La mayoría de las investigaciones analizadas sólo consideraron los factores

sociodemográficos para realizar sus respectivas investigaciones.

Se detectó que existen escasos estudios sobre variables socioeconómicas, ya que pocos autores han considerado la importancia de estos en sus investigaciones, cabe resaltar que lo abordan genéricamente y no presentan las variables que integrarían este factor, como en los factores sociodemográficos y psicológicos.

Así, en este trabajo se incorporó el grupo de variables correspondientes a los factores socioeconómicos. Estos hacen referencia a la cultura del ahorro o inversión de los estudiantes y se consideran impactan en los que tienen intención emprendedora.

En definitiva, los factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes varían de acuerdo al contexto, lo cual demuestra el cumplimiento de la Teoría de Acción Razonada de Ajzen (1991), a partir de las cuatro etapas que propone: las creencias, actitud hacia la conducta, las intenciones y la conducta en sí.

Derivado de lo anterior, es necesario:

Incentivar a los jóvenes estudiantes para que conserven o incrementen su actitud emprendedora a través de estrategias como liberar servicio social y/o prácticas profesionales si cuentan con su negocio en operación. De igual manera, facilitar el proceso de titulación a través de la modalidad de reporte de aplicación del conocimiento, agilizando el contenido del documento.

Realizar una mayor difusión del programa emprendedor, de forma que los alumnos conozcan las actividades que se llevan a cabo y que pueden ayudarles con la elaboración de sus proyectos.

Realizar anualmente un concurso

interno en el Centro Universitario, en el que los estudiantes realicen sus propuestas de proyectos de negocio y se premien los tres primeros lugares, además del seguimiento para que participen en el concurso del universitario emprendedor que organiza la UAEM o bien gestionar un apoyo ante las dependencias gubernamentales a través de la Incubadora de Empresas con la que cuenta el espacio académico.

Impartir talleres que permitan incrementar la autoestima en los estudiantes, de manera que la intención manifiesta de emprender no se genere solo como una alternativa de escape de trabajar y desenvolverse con equipos de trabajo, sino como una verdadera vocación por incursionar en este ámbito.

Diseñar estrategias que fomenten la innovación: que los alumnos realicen prácticas en los micro, pequeños y medianos negocios que hay en la región, mediante la aplicación necesaria de innovación, no solo en los productos, sino en los procesos o en los servicios que el negocio ofrezca. Esto se debe reflejar en los resultados económicos del negocio.

Se considera que la formación universitaria que recibe el estudiante a través de las experiencias compartidas por sus profesores también influye en su forma de pensar y actuar, por lo que en futuros trabajos de investigación se sugiere medir la influencia de los docentes en la intención emprendedora de los estudiantes; además de medir el nivel de autoestima, innovación, motivación de logro, control percibido interno, propensión al riesgo y tolerancia a la ambigüedad para que a partir de ello se implementen estrategias que mejoren la situación en cada uno de estos aspectos.

## Referencias bibliográficas

- Ajzen, Icek (1991), The Theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol. 50, Estados Unidos de América, Universidad del Estado de Minnesota, pp 1-4.
- Ajzen, Icek (2002), Perceived Behavioral Control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, Vol. 32, Estados Unidos, pp665-683.
- Ajzen, Icek (2005), Attitudes, personality and behavior, Estados Unidos de América, Editorial **Mc-Graw Hill**.
- Ajzen, Icek. (2011), The theory of planned behavior: Reflections and reflections. **Psychology and Health**, Vol. 26 No. 9, Estados Unidos, pp 1113-1127.
- Alcaraz Rodríguez, Rafael (2011), **Emprendedor de éxito**. México, Editorial Mc- Graw Hill.
- Alonso Nuez, María Jesús y Galve Górriz, Carmen (2008), El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. **Acciones e investigaciones sociales**, Vol. 26, España, Universidad de Zaragoza, pp 5-44.
- Alonso Galicia, Patricia Esther; Rodríguez Ariza, Lázaro y Fuentes Fuentes, María del Mar (2012), La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. **Tesis doctoral**, España, Universidad de Cantabria, pp 79-140.
- Aragón Sánchez, Antonio y Baixauli Soler, J.Samuel (2014), **Administración para emprendedores Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios**. México, Editorial Pearson Prentice Hall.
- Amaru Maximiano, Antonio César (2008), **Intención emprendedora de los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos en la región de Murcia**. España, Editorial Editum.
- Cáceres de García, Carolina Mariana y Cohene Orrego, María Leticia (2010), Actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa año 2010. **FACEA-UNI**, Paraguay, Universidad Nacional de Itapúa, pp 1-8.
- Cerdán-Chiscano, Mónica; Jiménez-Zarco, Ana Isabel y Torrent-Sellens, Joan (2013), Valorando los programas de apoyo al emprendedor en las incubadoras de empresas en Cataluña. **Revista Venezolana de Gerencia**, Vol. 18 No. 63, Venezuela, Universidad del Zulia, pp 408-433.
- De Jorge Moreno, Justo (2013), Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. **Caracciolos**, Vol 1 No. 1, España, Universidad de Alcalá, pp1-12.
- Delicio, Fabián Andrés (2006), Estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario

- en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. **Faces: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**, Año 12 No. 26, Argentina, Universidad Nacional de Mar del Plata, pp 41-65.
- Egron-Polak, Eva (2008), Higher education serving economic development: Too much, too little, just right?. **IAU Horizons World Higher Education News**, Francia, pp 1-2.
- Espíritu Olmos, Roberto (2011), Análisis de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. **Multiciencias**, Vol. 11 No. 1, Venezuela, pp 65-75.
- Fernández Laviada, Ana; Rueda Sampedro, María Inés y Herrero Crespo, Ángel (2011), Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Facultad de CC.EE y empresariales de Cantabria. Workingpaper presentado en el **XVI Congreso AECA Nuevo Modelo Económico: Empresa, Mercados y Culturas**, en Granada, España, del 21 al 23 de septiembre de 2011. Recuperado de [http://www.aeca1.org/pub/on\\_line/comunicaciones\\_xvicongresoaeaca/cd/36f.pdf](http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvicongresoaeaca/cd/36f.pdf), el 20 de febrero de 2016.
- Fuentes García, Fernando J. y Sánchez Cañizares, Sandra Mª. (2010), Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. **Estudios de Economía Aplicada**, Vol. 28 No. 3, España, Universidad de Córdoba, pp 1-28.
- Frías Navarro, Dolores (2014), **Apuntes de SPSS**, España, Universidad de Valencia, 1-10. Working paper, Recuperado de <http://www.uv.es/friasnav/ApuntesSPSS.pdf>, el 20 de febrero de 2016.
- Híjar Fernández, Guillermo (2011), **Planeación estratégica, la visión prospectiva**, México, Editorial Limusa.
- Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo y Mooir Koenig, Virginia (2004), **Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia Internacional**. Estados Unidos de América, Washington DC: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Lorz, Michael (2011), The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. **German National**, Vol. 39 No. 66, Estados Unidos de América, pp 1-20.
- Liseras, Natacha; Gennero de Rearte, Ana; Graña, Fernando (2003), Factores asociados a la vocación emprendedora, en alumnos universitarios. Workingpaper presentado en la **VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur**, en Rosario, Argentina, del 1 al 3 de octubre de 2003. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Natacha\\_Liseras/publication/47442058\\_Factores\\_asociados\\_a\\_la\\_vocacion\\_emprendedora\\_en\\_alumnos\\_universitarios/links/0912f508556379fc59000000/Factores-asociados-a-la-vocacion-emprendedora-en-alumnos-universitarios.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Natacha_Liseras/publication/47442058_Factores_asociados_a_la_vocacion_emprendedora_en_alumnos_universitarios/links/0912f508556379fc59000000/Factores-asociados-a-la-vocacion-emprendedora-en-alumnos-universitarios.pdf), el 06 de febrero de 2016.
- Martin, Ben R. y Eitzkowitz, Henry (2000), The origin and evolution

- of the university species. **VEST**, Vol. 13 No. 4, Reino Unido, Universidad de Sussex, pp 7-32.
- Martínez de Luco, Garazi Azanzay Campos Granados, José Antonio (2014), La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto. **Boletín de estudios económicos**, Vol. 69 No. 211, España, Universidad de Deusto, pp 151-172.
- Mollo Brisco, Gabriela Fernanda (2008), La formación universitaria y su relación con el desarrollo de las actitudes emprendedoras. Argentina, Instituto de Investigaciones Administrativas. Workingpaper, recuperado de [http://secyt.presi.unlp.edu.ar/cyt\\_htm/ebec07/pdf/mollo.pdf](http://secyt.presi.unlp.edu.ar/cyt_htm/ebec07/pdf/mollo.pdf) el 25 de febrero de 2016.
- Osorio Fabián, Fernando y Londoño Roldán, Juan Carlos (2015), Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría del comportamiento planificado mediante el efecto exposición. **Cuadernos de administración**, Vol.28 No. 51, Colombia, Pontificia Universidad Javeriana, pp 103-131.
- Quintero Duque, Carlos (2007), Generación de competencias en jóvenes emprendedores. **Evoluciona**, Colombia, pp 1-45. Workingpaper recuperado de <http://docplayer.es/8276352-Generacion-de-competencias-en-jovenes-emprendedores.html>, el 25 de febrero de 2016.
- Rasmussen, Einar A.; Sorheim, Roger (2006), Action-based entrepreneurship education. **Technovation**, Vol. 26 No. 2, Países Bajos, pp 185-194.
- Reyes Rodríguez, Luis (2007). La Teoría de Acción Razonada: Implicaciones para el estudio de las actitudes. **INED**, No. 7, México, Universidad Pedagógica de Durango, pp 66-77.
- Sánchez Almagro, M<sup>a</sup> Luisa y Sánchez-Herrero Arbide, Silvia A. (2003), **Perfil Psicológico del autoempleado**, tesis doctoral en Madrid: Universidad Complutense de Madrid, España, pp 9-166.
- Soria Barreto, Karla; Zuniga Jara, Sergio; Ruiz Campo, Sofía (2016), Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un caso de Estudio. **Formación Universitaria**. Vol. 9 No. 1. Chile. Universidad Católica del Norte. Pp. 25-34.
- Valencia Arias, Alejandro; Cadavid, Lorena; Ríos Echeverri, Diana Carolina y Awad, Gabriel (2012), Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. **Revista Venezolana de Gerencia**, Vol. 17 No. 57, Venezuela, Universidad del Zulia, pp 132-148.
- Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)



UNIVERSIDAD  
DEL ZULIA

---

**R/VG** Revista  
Venezolana de  
Gerencia

AÑO 22, N° 78

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en abril de 2017, por la **Revista Venezolana de Gerencia (RVG)**, **Centro de Estudios de la Empresa (CEE)**, **Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCES)**,*

***Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela***

[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)  
[www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)  
[produccioncientifica.luz.edu.ve](http://produccioncientifica.luz.edu.ve)