

El emprendimiento y los jóvenes

Dimensiones psico-sociales

El emprendimiento y los jóvenes

Dimensiones psico-sociales

Francisco Javier Segura Mojica

Director

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón

Juan Carlos Neri Guzmán

Louis Valentín Mballa

Martha Angélica de la Rosa Hernández

Coordinadores

UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE SAN LUIS POTOSÍ



CONSEJO POTOSINO
DE CIENCIA
Y TECNOLOGÍA



Primera edición: Marzo 2018

Segura Mojica , Francisco Javier, Manuel Ernesto Becerra Bizarrón,
Juan Carlos Neri Guzmán, Louis Valentín Mballa, Martha Angélica de la Rosa Hernández
(2018). El emprendimiento y los jóvenes. Dimensiones psico-sociales. Instituto Tecnológico
de San Luis Potosí. Colección Investigación Regional para la Atención de Necesidades
Locales, Número 2. Editorial Plaza y Valdés.

Se permite la copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el
reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras y no se realice
ninguna modificación de las mismas.

Agradecemos al Consejo Potosino de Ciencia y Tecnología el apoyo financiero otorgado
a través de la Convocatoria Apoyos especiales para la Investigación, el Desarrollo
Tecnológico y la Innovación (IDTI, 2017)

© Francisco Javier Segura Mojica, Manuel Ernesto Becerra Bizarrón.

© Instituto Tecnológico de San Luis Potosí
Ponciano Arriaga, 78437 Soledad de Graciano Sánchez, S.L.P., México
Teléfono: 01 444 818 2136

© Plaza y Valdés S.A. de C.V.
Alfonso Herrera No. 130 Int 11,
Col. San Rafael, Ciudad de México,
C.P. 06470, Delegación Cuauhtémoc.
Teléfono: 50.97.20.70
www.plazayvaldes.com

Calle Murcia 2, colonia de los Ángeles
Pozuelo de Alarcón 28223, Madrid, España.
Teléfono: 34-91.81.26.315
madrid@plazayvaldes.com
www.plazayvaldes.es

ISBN: 978-607-402-984-0
Impreso en México / Printed in Mexico

Portada: Adrián Emmanuel Hernández Colorado
Formato y edición: Yuli Lizbeth Rocha Machuca

Comité Científico

El emprendimiento y los jóvenes.

Dimensiones psico-sociales

- *Dra. Beatríz Oralía Ríos Velázquez
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí*
- *Dra. Benedicta María Domínguez Valdéz
Universidad Politécnica de Tulancingo*
- *Dra. Carmen del Pilar Suárez Rodríguez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí*
- *Dra. Elba Martina Cortes Palacios
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dra. Georgina Dolores Sandoval Ballesteros
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dra. Liliana de Jesús Gordillo Benavente
Universidad Politécnica de Tulancingo*
- *Dra. Luz Amparo Delgado Díaz
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dra. María del Pilar Pastor Pérez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí*
- *Dra. Martha Beatriz Santa Ana Escobar
Universidad de Colima*
- *Dra. Miriam del Carmen Vargas Aceves
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dra. Patricia Rivera Acosta
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí*
- *Dra. Urszula Żuławska
Społeczna Akademia Nauk University of Social
Sciences (Łódź Poland)*
- *MC. Gloria Cristina Palos Cerda
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*
- *M.A. Martha Alicia Alonso Castañón
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*
- *Dr. Francisco Javier Segura Mojica
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí*
- *Dr. José Antonio Zárate Marcelo
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí*
- *Dr. José Luis Bravo Silva
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dr. Juan Campos Alanís
Universidad Autónoma del Estado de México*
- *Dr. Juan Carlos Neri Guzmán
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*
- *Dr. Louis Valentín Mballa
Universidad Autónoma de San Luis Potosí*
- *Dr. Mario Eduardo Ibarra Cortés
Universidad Autónoma de San Luis Potosí*
- *Dr. Manuel Ernesto Becerra Bizarrón
Universidad de Guadalajara (CUC)*
- *Dr. Marco Antonio Medina Ortega
Universidad de Guadalajara*
- *Dr. Pedro Isidoro González Ramírez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí*
- *Dr. Rutilio Rodolfo López Barboza
Universidad de Colima*
- *M.C. Bernardo León García
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*
- *MC. Luisa Renée Dueñas Salmán
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*
- *M.C. Martha Angélica de la Rosa Hernández
Universidad Politécnica de San Luis Potosí*

Contenido

Introducción.....	13
Personalidad Emprendedora. El caso de Universitarios de Ciencias Sociales, Turismo, Comercio Exterior, Electromecánica y Tecnologías de Información. <i>Rutilio Rodolfo López Barbosa, Martha Beatriz Santa Ana Escobar, Pablo Adrián Magaña Sánchez.....</i>	19
Incidencia de la actitud personal y las habilidades empresariales: Una aproximación al emprendimiento en los jóvenes universitarios. <i>María Guadalupe Arredondo Hidalgo, Eva Conraud Koellner.....</i>	43
Dimensiones del capital organizacional en el emprendimiento del sector de las estéticas. <i>José Felipe Ojeda Hidalgo, Dolores Guadalupe Álvarez Orozco, María Guadalupe López González , Laura Patricia López López.....</i>	55
Caracterización de los rasgos de personalidad emprendedora en universitarios de Salinas de Hidalgo <i>Armando Sánchez Macías, Virginia Azuara Pugliese, Ma Lourdes Martínez Cerda, Laura Araceli López Martínez, William Fernando Valdivia Altamirano, Edgar Alejandro Berrospe Ochoa, Juan Ángel Morales Rueda.....</i>	71
Evaluación de la personalidad emprendedora en los estudiantes de licenciatura de la Universidad Autónoma del Carmen. <i>José Manuel Baqueiro López, Perla Gabriela Baqueiro López, Tania Beatriz Casanova Santini.....</i>	89

El emprendimiento en jóvenes universitarios. La vocación emprendedora y el perfil generacional de los estudiantes universitarios. <i>Camilo Márquez de Anda, Ma. de la Luz Quezada Flores, Ma. Guadalupe Serrano Torres, Graciela Susana Leal Lucio</i>	111
Análisis de la Personalidad Emprendedora Como Punto De Partida Para El Desarrollo Empresarial en Puerto Vallarta. <i>Manuel Ernesto Becerra Bizarrón, Elba Martina Cortes Palacios, José Luis Bravo Silva</i>	127
Diagnóstico de Emprendedurismo en estudiantes de la Universidad Politécnica de Tulancingo. <i>Liliana de Jesús Gordillo Benavente, Benedicta María Domínguez Valdez, Claudia Vega Hernández</i>	153
Formar recursos humanos para el emprendimiento. ¿Existe alguna relación entre la conducta emprendedora y los estilos de aprendizaje? <i>Francisco Javier Segura Mojica, Patricia Rivera Acosta, Ricardo Rodríguez Tovar, Alma Lorena Rodríguez Contreras, Beatriz Oralia Ríos Velázquez, José Antonio Zárate Marceleño</i>	167
La personalidad emprendedora y el desarrollo de competencias profesionales en estudiantes de la Huasteca Potosina. <i>Carmen del Pilar Suárez Rodríguez, Irma B. Suárez Rodríguez, Yanely Domínguez Miguel, Griselda Meraz Acevedo, Nicolás A. Hernández Delgadillo, Cynthia Zamora Pedraza</i>	181

Hacia una formación emprendedora: el caso de la Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, México. <i>Martha Angélica De la Rosa Hernández , José Ascención Moreno Montalvo, Urszula Żuławska, Martha Alicia Alonso Castañón</i>	203
Emprendimiento en jóvenes universitarios en el Estado de Tabasco <i>Aida Dinorah García Álvarez, Víctor Hugo Robles Francia, Adriana Mariela de la Cruz Caballero</i>	237
Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia? <i>Alfonso Muñoz Güemes, Flavio Hernández Hernández, Rosalinda del Carmen Jasso Castillo</i>	255
Factores Determinantes del Emprendimiento, una radiografía en jóvenes universitarios. <i>Juan Carlos Neri Guzmán, Bernardo León García, Nery Diana Torres Meraz</i>	281
Anexos.....	309
Semblanza de los autores.....	315

Introducción

Crear negocios es un factor clave para dinamizar la economía en el ámbito local, impulsar el desarrollo de las comunidades, mejorar la calidad de vida de las familias, e incluso, responder a las expectativas de movilidad social de una población. Sin embargo, tanto el nacimiento como la sobrevivencia de las empresas, reciben influencia de numerosos factores que no siempre son comprendidos y abordados de manera efectiva, especialmente desde una perspectiva de políticas públicas.

En años recientes se han dado pasos importantes para desarrollar un ecosistema emprendedor en México. Temas como el acceso al financiamiento, la capacitación de los emprendedores, la integración en cadenas de valor o el desarrollo de competencias técnicas han sido motivo de programas y proyectos públicos y privados en los que intervienen cada vez más actores, entre los que se cuentan los diferentes niveles de gobierno, las universidades, centros de investigación, incubadoras y aceleradoras de negocios, y organismos de la sociedad civil.

A pesar de lo anterior, hay cuestiones no resueltas; quizá la más importante sea identificar y gestionar los factores que determinan la supervivencia a mediano y largo plazo de las empresas de nueva creación. Entre estos factores, el perfil del emprendedor y las características de su entorno próximo juegan un rol clave, pues son especialmente importantes para que un proyecto subsista pese a las adversidades y dilemas que se le presenten durante los primeros meses y años de existencia.

Podríamos afirmar que, con independencia de las condiciones favorables o desfavorables que el mercado le plantee, los incentivos –no económicos- y la energía necesarios para que una empresa supere las etapas iniciales de desarrollo, se desprenden de las características personales y de la formación del emprendedor, así como de su capital relacional.

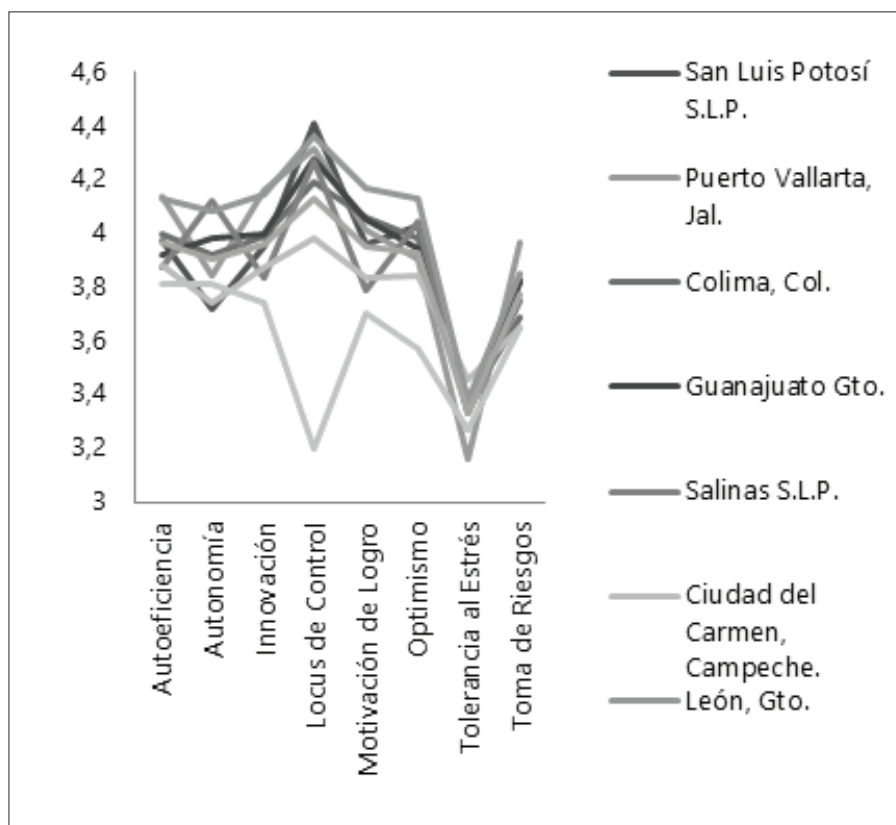
En este libro se detallan diversas aproximaciones al fenómeno del emprendimiento tomando como hilo conductor el estudio de la personalidad emprendedora en ambientes universitarios mediante el Test Adaptativo Informatizado para Evaluar la Personalidad Emprendedora (Pedrosa 2015), así como el efecto de las experiencias

laborales, la participación en negocios familiares, las redes de relaciones y las variables sociodemográficas, tales como el género, el estado civil o el número de hijos sobre la conducta emprendedora. Además, por su dispersión geográfica, nos permiten apreciar las características regionales que puede tener el fenómeno del emprendimiento.

Esta publicación forma parte de la colección "Investigación Regional para la Atención de Necesidades Locales" coordinada por el Cuerpo Académico "Empresas, Tecnologías y Sociedad de la Información y el Conocimiento" del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí y del Cuerpo Académico "Desarrollo Local y Competitividad Empresarial" de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí a través de la red de colaboración que se tiene con diferentes instituciones de educación superior en el país.

Como podrá apreciarse en los diferentes capítulos, algunas tendencias que se manifiestan con independencia de la región o el plan de estudios; por ejemplo, altos puntajes en la dimensión *Locus de Control* y bajos niveles de *Tolerancia al Estrés*. Pero también pueden distinguirse particularidades asociadas al género, el perfil profesional o los antecedentes laborales.

Figura1. Dimensiones de la personalidad emprendedora en jóvenes universitarios.



Fuente: Elaboración propia.

Introducción

En primer término se presenta el trabajo de Rutilio Rodolfo López Barbosa, Martha Beatriz Santa Ana Escobar y Pablo Adrián Magaña Sánchez, quienes caracterizan los rasgos de personalidad emprendedora en estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, Turismo, Comercio Exterior, Electromecánica y Tecnologías de Información, en la Universidad de Colima.

En otro capítulo, María Guadalupe Arredondo Hidalgo y Eva Conraud Koellner, exploran la interacción entre las actitudes personales y las habilidades empresariales en la conducta emprendedora de estudiantes de la Universidad de Guanajuato.

También se muestran los hallazgos de la investigación realizada por José Felipe Ojeda Hidalgo, Dolores Guadalupe Álvarez Orozco, María Guadalupe López González, Laura Patricia López López, quienes estudiaron las dimensiones del capital organizacional y su influencia en el emprendimiento de negocios en el ramo de estéticas en las ciudades de Cortazar, Celaya y Salamanca Guanajuato.

Armando Sánchez Macías, Virginia Azuara Pugliese, Ma. De Lourdes Martínez Cerda, Laura Araceli López Martínez y William Fernando Valdivia Altamirano, Edgar Alejandro Berrospe Ochoa y Juan Angel Morales Rueda examinan los rasgos de emprendimiento en estudiantes de Salinas de Hidalgo, San Luis Potosí, contrastando el desarrollo del perfil emprendedor según el grado de avance de los estudiantes en su plan de estudios, así como la influencia que ejercen la experiencia laboral y la participación en negocios familiares sobre la conducta emprendedora.

José Manuel Baqueiro López, Perla Gabriela Baqueiro López y Tania Beatriz Casanova Santini analizan los rasgos de personalidad emprendedora más desarrollados en estudiantes de la Universidad Autónoma del Carmen, Campeche, identificando además la influencia que puede ejercer la existencia de negocios familiares sobre la personalidad emprendedora.

Camilo Márquez de Anda, Ma. de la Luz Quezada Flores, Ma. Guadalupe Serrano Torres y Graciela Susana Leal Lucio analizan el perfil emprendedor de los estudiantes de la Universidad Tecnológica de León, y lo relacionan con factores sociodemográficos propios de los estudiantes que pertenecen a la generación conocida como "millennial".

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón, Elba Martina Cortes Palacios y Jose Luis Bravo Silva evalúan el perfil emprendedor en estudiantes del Centro Universitario de la Costa, perteneciente a la Universidad de Guadalajara, contextualizando el estudio de la personalidad en el marco del modelo que propone el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), para el estudio de la actividad emprendedora.

Liliana de Jesús Gordillo Benavente, Benedicta María Domínguez Valdez y Claudia Vega Hernández estudian el perfil emprendedor en estudiantes de la Universidad

Politécnica de Tulancingo, Hidalgo, con énfasis en el análisis del factor innovación, que muestra diferencias significativas según el programa de estudios cursado.

Francisco Javier Segura Mojica, Ricardo Rodríguez Tovar, Alma Lorena Rodríguez Contreras y Patricia Rivera Acosta exploran la relación que puede existir entre el perfil emprendedor y los estilos de aprendizaje, identificando con ello las áreas de oportunidad que tienen los planes de estudio de licenciatura para incidir estratégicamente en el desarrollo de habilidades de emprendimiento a partir de la creación de ambientes de aprendizaje.

Carmen del Pilar Suárez Rodríguez, Irma Brígida Suárez, Yanelly Domínguez Miguel, Griselda Meraz, Nicolás Hernández Delgadillo y Cynthia Zamora Pedraza nos muestran los resultados obtenidos sobre los factores de emprendimiento que caracterizan a los alumnos de la Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (CARHS), en las carreras de Enfermería, Contador Público, Ingeniería Agroindustrial y Mecánica Eléctrica.

Martha Angélica De la Rosa, José Ascención Moreno Montalvo, Urszula Sulawska y Martha Alicia Alonso nos muestran sus hallazgos en un estudio con alumnos de la carrera Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí sobre los factores determinantes de la personalidad emprendedora, esto a la luz de verificar la pertinencia del programa de estudio de la carrera.

Aida Dinorah García Álvarez, Víctor Hugo Robles Francia y Adriana Mariela de la Cruz Caballero nos exponen los logros obtenidos al estudiar las ocho dimensiones de la personalidad y actitudes asociadas al emprendimiento en alumnos de las licenciaturas de Ciencias Económico-Administrativas en una universidad pública del estado de Tabasco, mostrando que la Tolerancia al Estrés es el rasgo menos consolidado en los jóvenes universitarios.

Alfonso Muñoz Güemes, Flavio Hernández Hernández y Rosalinda del Carmen Jasso Castillo nos presentan de manera interesante, los resultados del estudio de las características distintivas de personalidad emprendedora que muestran los alumnos de la carreras de licenciatura en Administración, Contador Público, Gestión y Políticas Públicas, Derecho y Arquitectura de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UAMZH), destacando la relevancia del emprendimiento para incentivar el desarrollo local en la zona Huasteca.

Finalmente, Juan Carlos Neri Guzmán, Bernardo León García y Nery Diana Torres Meraz nos dan a conocer cuáles son los rasgos característicos de la personalidad emprendedora de un joven universitario en México y nos demuestran que las mujeres, los alumnos que provienen de familias con una empresa, los alumnos solteros, los que estudian una licenciatura y los alumnos que tienen experiencia laboral registran mejores

Introducción

cualidades emprendedoras. Esto a partir de estudiar 2,600 estudiantes universitarios en doce instituciones de educación superior diferentes.

Sin duda los resultados documentados en la presente obra son de gran utilidad y oportunidad para orientar y, en su caso, actualizar los programas educativos en las instituciones de educación superior que permitan fortalecer las habilidades, cualidades y capacidades de los jóvenes, lo que les facilitará el tránsito de su vida estudiantil hacia su vida productiva en el mercado laboral y en el mejor de los casos, promover la creación de empresas, empleos e ingresos en las economías locales.

Francisco Javier Segura Mojica
Enero de 2018

Personalidad Emprendedora. El caso de Universitarios de Ciencias Sociales, Turismo, Comercio Exterior, Electromecánica y Tecnologías de Información

Rutilio Rodolfo López Barbosa, Martha Beatriz Santa Ana Escobar,
Pablo Adrián Magaña Sánchez

Resumen

El propósito de este documento es presentar un análisis de la personalidad emprendedora de estudiantes de licenciatura en su última etapa de estudios, específicamente estudiantes de todas las carreras de la Universidad de Colima que se ofrecen en la ciudad de Manzanillo. Este documento presenta un estudio orientado a descubrir qué rasgos de personalidad emprendedora predominan en los sujetos del estudio, considerando el rápido crecimiento económico de la ciudad de Manzanillo, Colima, México, especialmente en la actividad económica ahora más importante de la ciudad y puerto: el movimiento portuario de mercancías y todos los servicios derivados de éste así como el resto de las actividades económicas entre las que destaca el turismo como segunda más importante. Para esto se utilizó un instrumento diseñado y propuesto por profesionales de la psicología con la finalidad de determinar el grado en que los estudiantes universitarios se aproximan al perfil de la personalidad emprendedora.

Interesantes descubrimientos demuestran que existen diferentes factores inherentes al individuo tales como el género, la carrera estudiada, el estado civil y el rendimiento escolar; así como factores ajenos como el desarrollo económico de la localidad entre otras circunstancias de los estudiantes que definitivamente muestran una correlación con los distintos rasgos de personalidad estudiados. Los resultados y las conclusiones sientan además las bases para futuros estudios en los que se busque evaluar la capacidad del instrumento utilizado para predecir el emprendimiento efectivo.

Como implicaciones prácticas de los resultados del estudio las universidades pueden enfocar investigaciones posteriores a descubrir estudiantes cuya personalidad orientada al emprendimiento pueda ser aprovechada para actividades de innovación y emprendimiento empresarial especialmente en las actividades económicas más importantes, así como todas aquellas que deriven del crecimiento económico de la localidad.

Palabras clave: Personalidad emprendedora, estudiantes, actividades de innovación, emprendimiento empresarial

Abstract

The purpose of this document is to show an analysis of the enterprising personality of undergraduate students in their last stage of studies, more specifically students of all the careers offered in the University of Colima in the city of Manzanillo.

This document presents a study oriented to discover what enterprising personality traits predominate in the subjects of the study, considering the fast economic growth of the city of Manzanillo, Colima, Mexico, especially in the now more important economic activity of the city and port: the port movement of products and all the services related to it as well as the rest of the economic activities in which tourism stands out as the second most important. To get this, an instrument designed and proposed by professionals of psychology was used in order to determine the degree in which university students approach to the profile of the enterprising personality.

Interesting discoveries show that there are different factors inherent to the individual such as gender, studied career, marital status, and school performance; as well as other factors such as the economic development of the locality among other circumstances of the students that definitely show a correlation with the different personality traits studied.

The results and conclusions lay the foundations for future studies in which it seeks to evaluate the capacity of the used instrument to predict the effective entrepreneurship. As practical implications of the outcomes of the study the universities can focus subsequent investigations to discover students whose entrepreneur-oriented personality can be exploited for innovation activities and business entrepreneurship especially in the most important economic activities, as well as those that derive from the economic growth of the locality.

Key words: Enterprising personality, students, innovation activities, business entrepreneurship.

Introducción

Bases para el estudio del emprendimiento

La innovación en general y la creación de empresas en particular, es una necesidad permanente en especial para las economías basadas en eficiencia. De esta forma se considera al emprendimiento como un motor para el desarrollo económico de un país y por lo tanto a los emprendedores como actores clave del proceso de crecimiento (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016). El presente estudio se centra en el descubrimiento de los rasgos de personalidad emprendedora de estudiantes próximos a terminar sus estudios de licenciatura en las distintas carreras de la Universidad de Colima ofrecidas en la ciudad y puerto de Manzanillo.

Distintos estudios han tratado de identificar los factores tanto internos como externos que determinan la conducta emprendedora en los individuos. En relación a los factores internos o rasgos personales se distinguen algunos que se relacionan directamente con la conducta emprendedora de otros que están estrechamente ligados al éxito empresarial (Pedrosa García, 2015). La investigación previa en relación con los rasgos personales de los emprendedores ha distinguido entre los individuos con características tendientes al emprendimiento de la mera intención de emprender. La intención emprendedora no siempre deriva en conducta emprendedora. Es este sentido se han llevado a cabo estudios con la finalidad de explicar la brecha entre intención y conducta emprendedora (Lanero, Vázquez, & Muñoz-Adánez, 2015); En relación a los factores externos se identifican la influencia familiar y la formación académica como factores esenciales tanto en determinar la personalidad emprendedora como en el éxito al momento de iniciar un negocio (Suárez-Álvarez & Pedrosa, 2017).

Diversas organizaciones, tales como Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) evalúan anualmente la actividad emprendedora emitiendo indicadores en los que se involucran variables diversas como el género, la edad y el nivel de estudios por ejemplo. Por tanto, considerando la diversidad de implicaciones de un estudio enfocado en el emprendimiento es importante partir de la definición de varios conceptos relacionados, tales como el emprendimiento, la conducta emprendedora, el emprendedor, el autoempleado y la personalidad emprendedora.

Algunos autores explican el emprendimiento como el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades para la introducción de nuevos productos, servicios, procesos, formas de organización o mercados en la sociedad mientras que otros la definen de manera más directa como la serie de actividades para la creación y dirección de una pequeña empresa (Suárez-Álvarez & Pedrosa, 2017).

El emprendimiento es definido por Entrepreneurship Indicator Programme (EIP) de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) como el fenómeno asociado con la actividad emprendedora, que es la acción empresarial humana en busca de la generación de valor a través de la creación o expansión de la actividad económica mediante de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados (OECD, 2016)

En esta investigación se considera al emprendimiento desde un sentido amplio, como todas las actividades de innovación ya sea para la creación de nuevas empresas, productos o procesos o para su implementación en empresas ya existentes. Sin embargo el estudio no descarta al autoempleo que no implica innovación. Esto último es congruente con los reportes emitidos por la misma ODCE que incluyen al autoempleado en las estadísticas de emprendimiento y lo describen como "...aquel que posee y trabaja en su propio negocio" y añaden "...incluyendo trabajadores por cuenta propia" (OECD, 2016) por lo tanto no se distingue entre los que involucran la innovación y los que no.

En este punto se considera esencial aclarar que la personalidad emprendedora no resulta siempre en la actividad emprendedora. La personalidad emprendedora describe los rasgos psicológicos de los individuos que los hacen propensos a una actividad emprendedora. Los rasgos estudiados en esta investigación son la autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, optimismo, tolerancia al estrés, toma de riesgo y motivación de logro; Por otra parte la conducta emprendedora son todas las acciones concretas tomadas hacia la explotación de oportunidades o creación de empresas.

Dicho de otra forma, son tres áreas principalmente que convergen y aportan al estudio del emprendimiento: Economía, sociología y psicología. Las perspectivas económica y sociológica, estudian la actividad centrándose en los beneficios que aporta a las empresas, a los países y a la sociedad, así como la influencia que tiene la cultura y el medio ambiente en su proliferación mientras que la perspectiva psicológica busca determinar qué características en los individuos contribuyen a fomentar esta actividad y más concretamente, a identificar los atributos personales que influyen en un emprendimiento exitoso.

El enfoque económico desarrolla teorías que estudian el emprendimiento utilizando variables económicas tales como recursos, capital, oportunidades e información mientras que el enfoque sociológico plantea que tanto los antecedentes familiares como la educación (orientada al emprendimiento) son factores que no deben ignorarse al estudiar la actividad emprendedora. Dicho modelo enfatiza en la subjetividad explicada a través de la percepción individual de las oportunidades de negocio y de las competencias para emprender exitosamente, ambas dependientes de la cultura y el contexto. Ambos enfoques no funcionan separados uno del otro puesto que las oportunidades detectadas y las capacidades no conducen al emprendimiento sin el adecuado estudio de los aspectos económicos; y por otra parte los recursos financieros disponibles pierden sentido sin la motivación que da el conocimiento de las oportunidades y competencias (Pedrosa García, 2015).

El enfoque psicológico estudia, además del perfil de los emprendedores otras motivaciones personales tales como la independencia económica, la seguridad, el reconocimiento, el deseo de riqueza y el interés por la tarea directiva (Marulanda Valencia & Morales Gualdrón, 2016). El presente estudio se centra en la aportación psicológica y busca determinar el grado de aproximación hacia el emprendimiento de la personalidad de los estudiantes de licenciatura próximos a culminar sus estudios.

Información contextual: Situación económica del municipio de Manzanillo

La ciudad y puerto de Manzanillo, sede de este estudio, se encuentra ubicada en el municipio del mismo nombre en el estado de Colima. Por su extensión territorial, Manzanillo es el municipio más grande de los 10 que componen el estado y es a su vez la capital económica del estado (Lepe Vasconcelos, 2012).

La actividad económica de Manzanillo se ha visto incrementada notablemente en las dos últimas décadas. Como ciudad y puerto comercial y turístico, entre sus principales actividades económicas se encuentran el movimiento portuario de mercancías, el turismo, la pesca, la agricultura, la explotación minera y la producción eléctrica. El puerto se ha posicionado como número uno en el manejo de carga en contenedores, representando el 61% de todo el pacífico y el 42% del país (Preciado y Sotelo, 2016).

Como destino turístico Manzanillo atrae a turistas nacionales mayoritariamente de Jalisco, la zona centro del país y del resto del estado e internacionales principalmente de Canadá y Estados Unidos (Covarrubias Ramírez, 2015). Una ciudad con tales perspectivas de desarrollo y crecimiento económico se convierte en un nicho natural para el surgimiento de micro, pequeñas y medianas empresas y por lo tanto en el contexto ideal para el estudio de la actividad emprendedora. En consideración de lo anterior un estudio como el aquí planteado es significativo en esta ubicación que se puede considerar un espacio natural para el emprendimiento, la innovación y el crecimiento económico.

Planteamiento del problema

Habiendo presentado el marco conceptual acorde al propósito del estudio y el contexto económico en que éste se realizó, se pretende responder a preguntas precisas, tales como:

¿Cuáles son los rasgos de personalidad preponderantes en el contexto económico del estudio?

¿Qué influencia tiene el contexto económico en la personalidad emprendedora?

¿Qué diferencias claras existen entre la personalidad emprendedora y los perfiles académicos de los estudiantes de distintas carreras?

¿Qué rasgos de personalidad emprendedora se relacionan con diferentes circunstancias individuales tales como el género, el estado civil y la experiencia laboral?

¿Cómo es la relación entre los rasgos de personalidad emprendedora y los antecedentes de emprendimiento familiar?

Objetivo

El presente estudio tiene el objetivo general de caracterizar la personalidad emprendedora de los jóvenes universitarios próximos a egresar utilizando un instrumento propuesto y validado por (Pedrosa García, 2015) en la ciudad y puerto de Manzanillo cuyas características socioeconómicas fueron descritas anteriormente y comparar los resultados con las intenciones reales de emprender.

Metodología

La presente investigación es principalmente cuantitativa en función de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas y del análisis estadístico que se hace de estos datos. No obstante al describir el contexto, principalmente en relación a las circunstancias del espacio en donde se aplicó el instrumento, se hace también una investigación documental para identificar las características académicas, económicas y sociales mediante la análisis de resultados académicos, revisión de informes de gobierno, artículos publicados en revistas científicas y difundidos en congresos y otros documentos generados por diversas dependencias públicas estatales y nacionales.

Para hacer el análisis de espíritu emprendedor o caracterizar la personalidad emprendedora, se utilizó el instrumento planteado en (Pedrosa García, 2015) que propone 8 dimensiones o rasgos de la personalidad emprendedora: 1) Autoeficacia, 2) Autonomía, 3) Innovación, 4) Locus de Control, 5) Motivación de Logro, 6) Optimismo, 7) Tolerancia al Estrés y 8) Toma de Riesgos. El instrumento se adoptó debido al proceso de construcción, prueba y análisis de resultados descrito en (Pedrosa García, 2015) que evidencian un trabajo científico y profesional que incluye los rasgos esenciales y determinantes en el emprendimiento y en el éxito de éste.

El instrumento se aplicó a 221 estudiantes de los cuales se eliminaron 18 por errores en el llenado resultando 203 estudiantes en su última etapa de estudios de licenciatura de todas las carreras de la Universidad de Colima que se ofrecen en la ciudad de Manzanillo. Estas carreras se ofrecen en 3 facultades y una escuela tal como se detalla a continuación:

De la Facultad de Ingeniería Electromecánica:

- a) Ingeniero Mecánico Electricista (IME)
- b) Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica (ICE)

De la Facultad de Contabilidad y Administración de Manzanillo:

- a) Licenciado en Administración de Empresas (LAE)
- b) Contador Público (CP)
- c) Licenciado en Informática Administrativa (LIA)

De la Facultad de Comercio Exterior

- a) Licenciado en Aduanas (LA)
- b) Licenciado en Comercio Exterior (LCE)

De la Escuela de Turismo y Gastronomía

- a) Licenciado en Gastronomía (LG)
- b) Licenciado en Gestión Turística (LGT)

Con la finalidad de facilitar la lectura del este artículo y de sentar las bases para una mejor comprensión del análisis de los resultados, a continuación se da una breve explicación de los rasgos personales que se consideran en el instrumento utilizado:

Autoeficacia: Las personas que se perciben a sí mismos como eficaces están convencidos de que pueden organizar y ejecutar sus acciones de forma que consigan sus objetivos. Este rasgo está íntimamente relacionado con la obtención de logros exitosos.

Autonomía: Quienes poseen este atributo personal, tienden al autocontrol en la realización de sus tareas. Enfocado al emprendimiento estos individuos buscan la independencia profesional y laboral.

Innovación: Un individuo tendiente a la innovación busca nuevas formas de resolver un mismo problemas, de utilizar nuevas tecnología y procesos o de aplicar los existentes en formas novedosas. En este sentido la innovación está muy ligada a la creatividad pero aún siguen siendo características distintas.

Locus de Control: Este término, empleado en psicología, se refiere a la ubicación de las causas que el individuo atribuye los acontecimientos de su vida. Cuando es un locus interno significa una aceptación reflexionada de que sus éxitos o fracasos son consecuencia de sus actos y decisiones; en contraste cuando el individuo atribuye los éxitos o fracasos a causas fuera de su alcance o control, se dice que es un locus de control externo. En esta investigación se evalúa el grado de locus de control interno del sujeto.

Motivación de Logro: Este rasgo se refiere a la necesidad de alcanzar un objetivo, de iniciar una acción para alcanzar una meta que implique un desafío, que ponga en prueba las habilidades y el esfuerzo del individuo. Bajo estos criterios, conseguir algo sin esfuerzo, como es el caso de una herencia o el azar no genera ninguna satisfacción en los individuos que se ven motivados por el logro en sí. Este rasgo cobra mayor relevancia en la evaluación de la conducta emprendedora si se considera que el logro implica eficacia en la consecución de metas.

Optimismo: Aunque desde la psicología, este rasgo puede ser explicado básicamente desde dos perspectivas (optimismo disposicional y optimismo explicativo), en este estudio se emplea la vertiente disposicional ya que éste implica que se tiene confianza en que las cosas que pudieran representar una barrera se resolverán más adelante, lo cual es importante en la actividad emprendedora. Por otra parte, esta acepción del optimismo no se contrapone con el locus de interno ya que no se centra en la responsabilidad de las consecuencias sino en la confianza en que los problemas se resolverán, lo cual representa un factor motivacional hacia un esfuerzo adicional.

Tolerancia al estrés: Se refiere a la capacidad de los individuos para controlar las emociones que son normalmente generadas por situaciones amenazantes. Este rasgo se relaciona con la confianza que da el saberse con las capacidades necesarias para lograr sus propósitos.

Toma de riesgos: Se trata de una disposición a enfrentarse a dificultades con la esperanza de que la recompensa valga la pena. Por tal razón, un individuo que posee esta característica es consciente de que el riesgo implica la posibilidad de un resultado negativo y se esfuerza.

Resultados y discusión

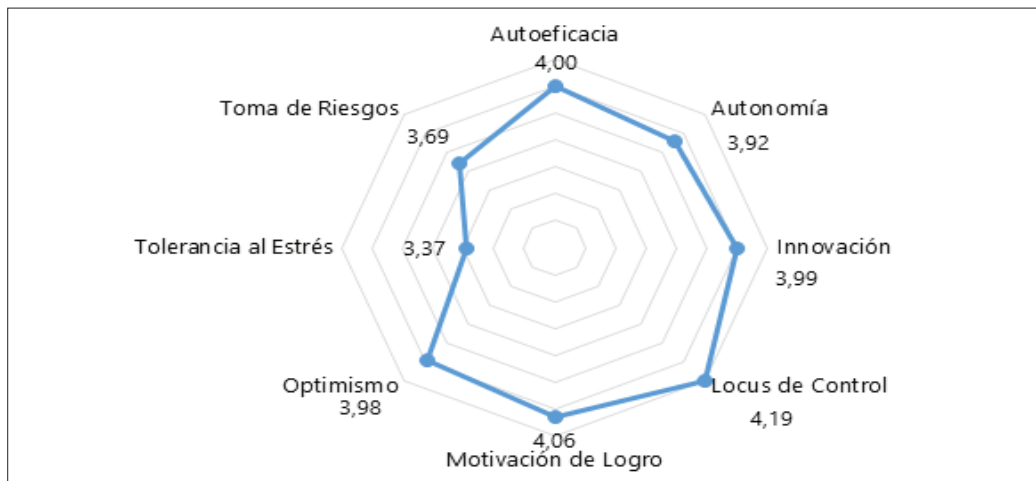
Tomando en cuenta que en el análisis de los resultados se hace una distinción clara entre la personalidad emprendedora y conducta emprendedora, se considera esencial aclarar que la primera se refiere al perfil psicológico tendiente al emprendimiento de los individuos estudiados mientras que la última se refiere al conjunto de acciones concretas hacia el emprendimiento.

Antes de iniciar con el análisis, se considera importante insistir en que existe una vertiente de investigadores que hacen una clara distinción entre los términos emprendedor y autoempleado. Esta distinción plantea que un autoempleado puede no ser un emprendedor, como es el caso en que un trabajador que aprende un oficio determinado decide crear su propia empresa ofreciendo el mismo servicio sin innovación o sin añadir algún beneficio extra para el cliente mientras que un emprendedor busca innovar y ofrecer servicios agregados a los previamente existentes. En este estudio ambos se consideran emprendedores.

Resultados globales

Los resultados globales consideran al total de los encuestados sin distinción de género, de estado civil, de carrera que se estudia, ni otras características específicas tales como ocupación, estado civil, experiencia laboral o si es madre soltera o tiene hijos. En estos resultados generales cuya gráfica se muestra a continuación, se puede identificar una debilidad en los índices de disposición para la toma de riesgos y la tolerancia al estrés en relación con el resto de los indicadores. (Ver Figura 1)

Figura 1. Caracterización Global del Emprendimiento



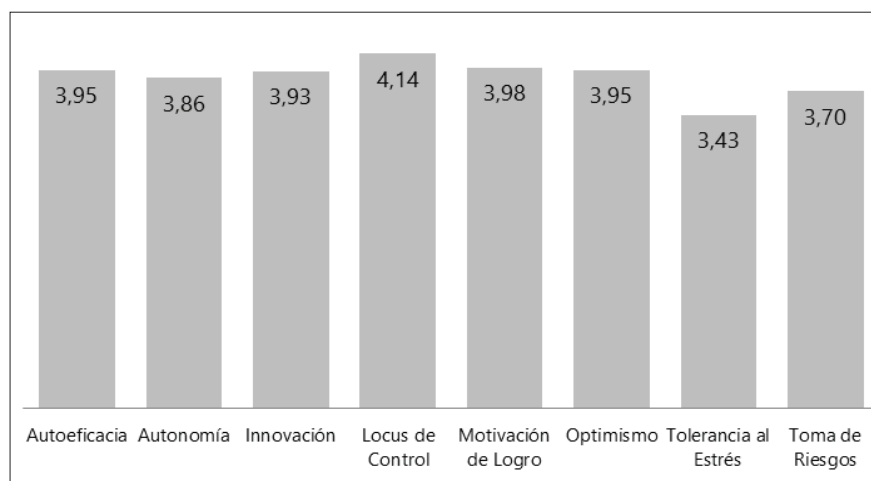
Fuente: Elaboración propia.

Análisis de resultados por género

A manera de preámbulo al análisis de los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas en esta sección, es importante resaltar que de acuerdo al reporte "Entrepreneur at a glance" de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2016) la proporción general de autoempleados en los países que la conforman es del doble en hombres (18%) que en mujeres (9%). En México, sin embargo, esta tasa de autoempleo es una de las más altas entre los países integrantes de la OCDE y la brecha entre hombres y mujeres es mucho menor que la global (28% hombre y 25% mujeres).

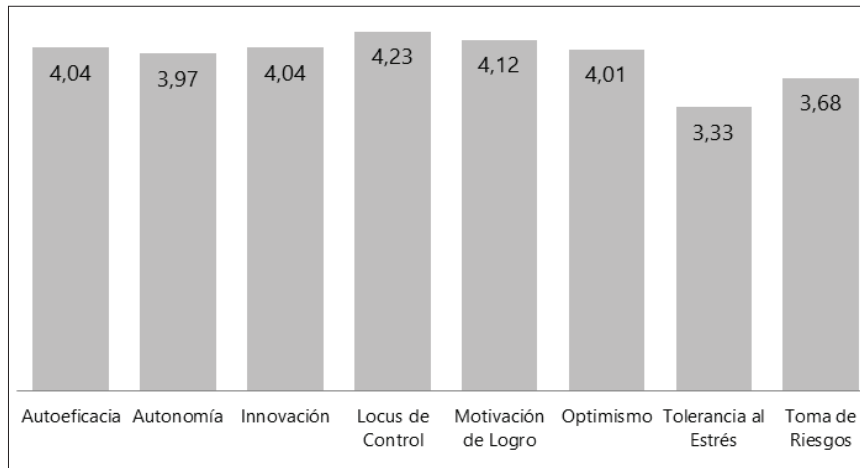
En las Figuras 2 y 3 se muestran los resultados de la personalidad emprendedora para los estudiantes encuestados clasificados por género.

Figura 2. Caracterización Hombres.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Caracterización Mujeres.



Fuente: Elaboración propia.

Ya en el análisis detallado de las diferencias entre los índices de hombres y mujeres obtenidos de las encuestas se puede apreciar dos descubrimientos interesantes:

- a) Aún con esta separación, los dos valores más bajos en ambos casos siguen siendo la tolerancia al estrés y la toma de riesgos mientras que el resto de los rasgos de personalidad se mantienen en niveles comparativos similares entre ambos géneros, lo que expresa personalidades muy similares y sin ninguna tendencia hacia los hombres. Lo anterior plantea que las razones del emprendimiento mayoritario de los hombres no se puede explicar por el análisis de su personalidad emprendedora (factores internos) sino en todo caso por factores externos. Ventura Fernández & Quero Gervilla (2013) plantean que en la literatura se han evidenciado diversas razones que explican esta brecha de género en el emprendimiento, entre las cuales se encuentran factores extrínsecos e intrínsecos. Entre los extrínsecos señalan la naturaleza predominantemente masculina de la cultura de los negocios y el funcionamiento menos efectivo de las redes de negocios con mujeres, lo cual a su vez puede afectar su capacidad para obtener financiamientos. Entre los Intrínsecos se señalan la baja tolerancia al estrés, la menor necesidad de logro, lo cual es congruente con los resultados de la presente investigación, además de menor necesidad de independencia y esfuerzo continuado.
- b) Los valores en todos los rasgos salvo la tolerancia al estrés y la toma de riesgos son mayores para mujeres que para hombres. Esto plantea que aunque son más débiles en los dos rasgos mencionados (ya de por sí una debilidad general en los encuestados), presentan mayor fortaleza en el resto de los rasgos de personalidad emprendedora. Este descubrimiento ubica a la mujer en un perfil de emprendimiento muy similar (e incluso pudiera considerarse superior) al de los hombres.

Este último hecho resulta interesante si se considera que en diferentes estudios la *tolerancia al estrés* (Pedrosa García, 2015) y la *necesidad de logro* (Carraher, Buchanan, & George, 2010) están asociadas directamente con la conducta emprendedora, por lo que los resultados anteriores están en concordancia con la brecha entre hombres y mujeres emprendedores a los que hace referencia el reporte "Entrepreneur at a glance" mencionado anteriormente en este apartado y en el que se evidencia que hay más emprendedores hombres que mujeres. Expresado de otra forma, la alta tolerancia al estrés y alta necesidad de logro son determinantes esenciales para la actitud emprendedora. Es importante recalcar en este punto que estos dos aspectos no explican por sí solos la falta de actividad emprendedora. En el reporte nacional de GEM para México 2015 (Naranjo, Campos, & Natzín, 2015) se exponen tres aspectos que explican la brecha de emprendimiento entre hombres y mujeres:

- a) Oportunidades percibidas: En primer lugar los hombres perciben mayores oportunidades de negocios (48.3%) que las mujeres (41.3%).
- b) Capacidades percibidas: el 49.9% de los hombres se perciben con las habilidades, experiencia y conocimientos necesarios para iniciar un negocio contra un 41.2% de las mujeres.
- c) Miedo al fracaso: 34.2% de mujeres y 32% de los hombres que perciben buenas oportunidades de negocios se declaran que el miedo a fracasar se los impide.

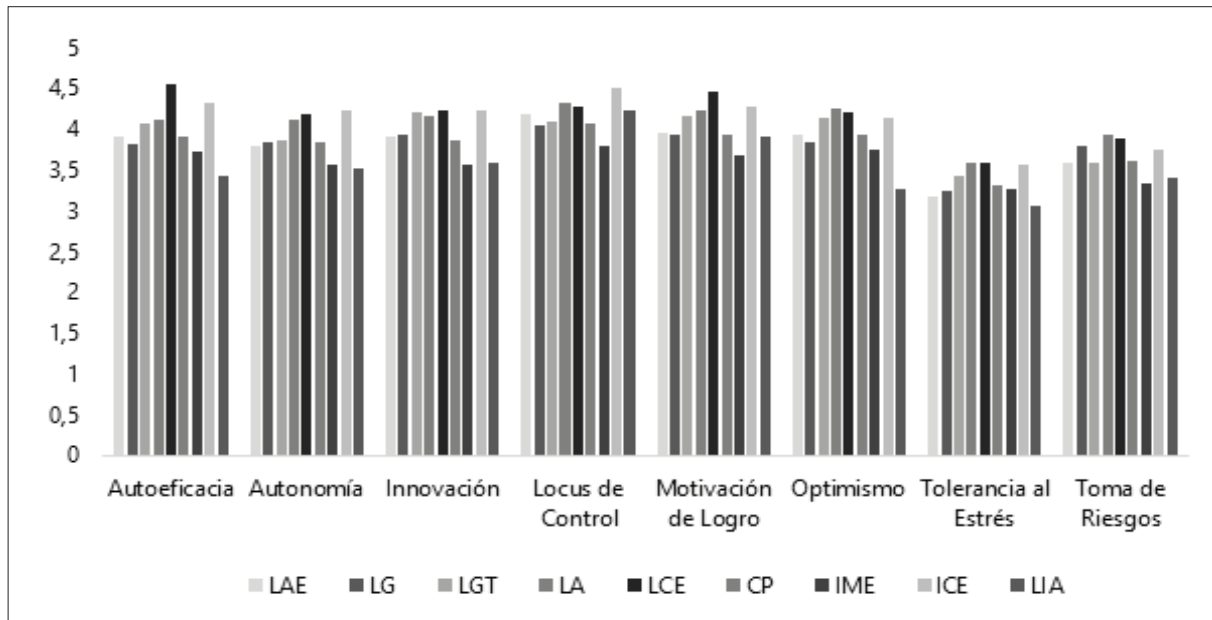
En resumen, los hombres perciben más las oportunidades de negocio, se sienten más capaces y experimentan menos miedo al fracaso. Nuevamente resalta la falta de confianza de las mujeres en sus propias capacidades como un factor limitante de la conducta emprendedora tal y como fue planteado por Ventura Fernández & Quero Gervilla (2013).

Análisis de resultados por carreras

Resultados más altos

Al hacer un análisis comparativo de los resultados por carrera, resulta interesante el hecho de que sobresalen 3 carreras. Las carreras con más valores altos son *Licenciado en Comercio Exterior* que se destaca en los rasgos de Autoeficacia, Motivación de Logro y Tolerancia al Estrés; seguida por la carrera de *Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica* que destaca en los rasgos de Autonomía, Innovación y Locus de Control y la carrera de *Licenciado en Aduanas* que destaca en los valores de Optimismo y Toma de Riesgos; y de la carrera. Estos resultados pueden observarse en la Figura 4.

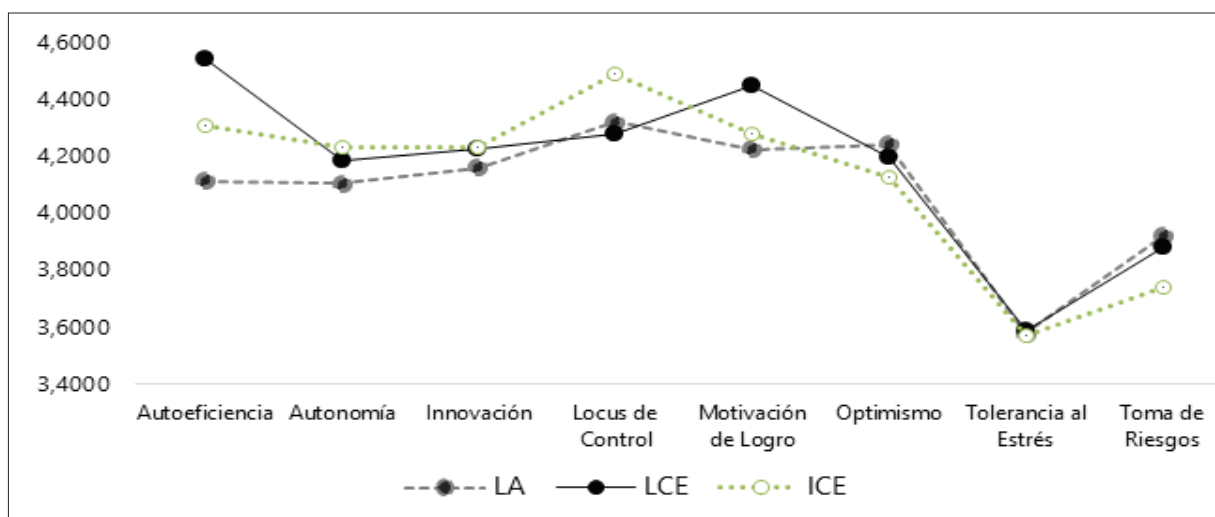
Figura 4. Comparativo de resultados por carrera.



Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados muestran que los estudiantes de estas carreras (LCE, ICE y LA) tienen un perfil psicológico alto hacia la actividad emprendedora especialmente indicado por los resultados en los rasgos de autoeficacia, autonomía, locus de control y toma de riesgo; incluso más allá de la mera conducta emprendedora, el perfil de los estudiantes de estas carreras se orienta hacia el éxito empresarial considerando que la autoeficacia, la innovación y la toma de riesgos están positiva y significativamente relacionados con el éxito empresarial.

Figura 5. Comparativo entre las PE con mayores índices.



Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 5 se comparan los resultados de las tres carreras con resultados más sobresalientes hacia la personalidad emprendedora (conducta emprendedora y éxito empresarial).

Las preguntas que emerge en este punto del análisis son ¿Por qué estas carreras? ¿Qué tienen en particular y en común que explique los resultados obtenidos? Con el interés de descubrir datos que permitan explicar el hecho de que destaquen precisamente las carreras mencionadas, se hizo un breve análisis de algunos indicadores académicos. Se analizaron datos del proceso y de resultados académicos tales como el promedio de calificaciones mínimo aceptado como requisito de admisión, la tasa de retención, la tasa de eficiencia terminal global y por cohorte y el índice de titulación. En este análisis, se observaron algunos hechos interesantes.

Tabla 1. Promedio de admisión y la eficiencia terminal por cohorte.

Carrera	Promedio de Calificaciones Admisión	Eficiencia terminal Cohorte %
Ingeniero Mecánico Electricista	7.5	44.4
Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica	7.5	50.0
Licenciado en Administración de Empresas	7.5	59.3
Contador Público	7.5	51.0
Licenciado en Informática Administrativa	7.5	57.1
Licenciado en Aduanas	8.0	79.3
Licenciado en Comercio Exterior	8.0	96.2
Licenciado en Gastronomía	7.5	64.86
Licenciado en Gestión Turística	7.5	64.86

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, dos de las carreras que destacan, Licenciado en Comercio Exterior y Licenciado en Aduanas, son a su vez las carreras que exigen como requisito de admisión, el promedio de calificaciones más alto de la preparatoria, esto es 8.0. La explicación para este promedio más alto que el resto como requisito de admisión a ambas carreras es la alta demanda que éstas tienen y han tenido históricamente, lo cual es acorde a la realidad del municipio cuya actividad económica más importante es el movimiento portuario en donde el comercio internacional juega un papel protagónico y por consecuencia las aduanas también.

El otro dato que destaca e invita a la reflexión es la eficiencia terminal por cohorte. Al observar la tabla anterior, resulta interesante notar que nuevamente las

dos carreras que exigen mayor promedio como requisito de admisión y que destacan en los resultados de caracterización de la personalidad emprendedora son las que tienen eficiencia terminal por cohorte más alto. El índice de eficiencia terminal por cohorte es un indicador de resultados académicos que se calcula al dividir la cantidad de estudiantes que egresaron satisfactoriamente la carrera entre la cantidad original de estudiantes de la misma generación.

No se encontró en estos indicadores académicos algún dato relevante que pudiera explicar o al menos orientar las conclusiones del por qué la carrera de Ingeniero en Comunicaciones y Electrónica (ICE) destaca junto con las otras dos mencionadas. En esta carrera que está entre las de perfil más alto hacia el emprendimiento, la eficiencia terminal por cohorte se encuentra entre las más bajas y el promedio para admisión es como el resto y no está de hecho entre las carreras de mayor demanda. Sin embargo hay una nota interesante que destaca al hacer el análisis de estudiantes cuyas familias tienen negocio familiar: El porcentaje de estudiantes con negocio familiar de esta carrera es el más alto (74%) seguido de los estudiantes de LA (63%), el resto de las carreras tienen porcentajes entre 36% y 58%. (Ver Tabla 1)

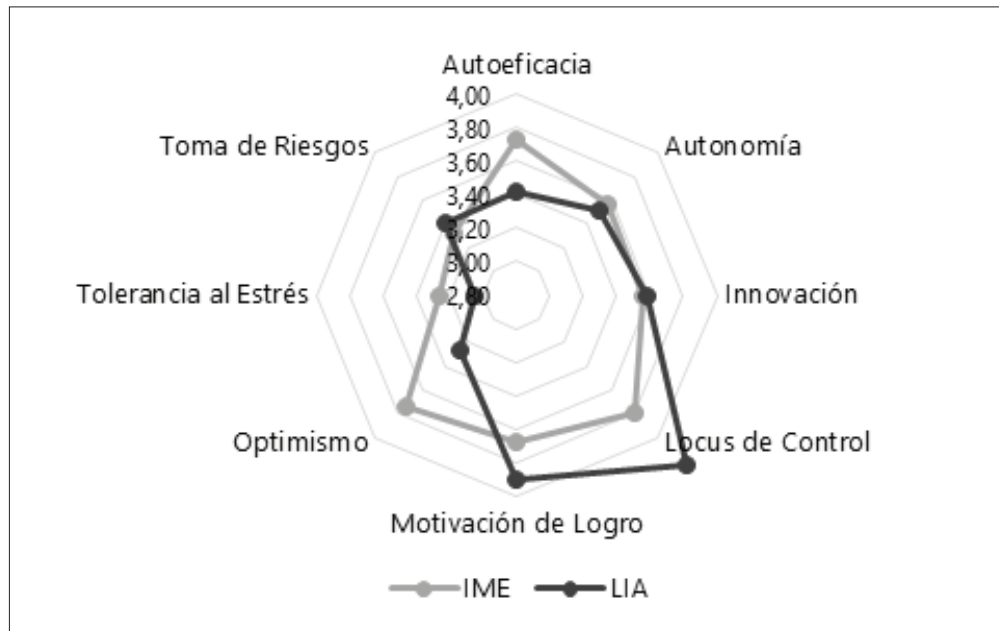
La pregunta que surge al descubrir estas aparentes coincidencias es: ¿Qué relación existe entre el rendimiento académico y la personalidad emprendedora? Hechos que según los datos mostrados, parecen tener una correlación positiva. Estos datos aunque pueden no explicar la razón por la que los estudiantes en semestres más avanzados de las LCE y LA parecen tener una personalidad más orientada hacia el emprendimiento que el resto, plantean al menos una vertiente para futuras investigaciones tendientes a identificar las razones.

Resultados más bajos

Otro descubrimiento interesante en el análisis de resultados por carreras, es el caso opuesto al analizado en la sección anterior: Las carreras con perfil más bajo de personalidad emprendedora están también entre las carrera con eficiencia terminal por cohorte más baja de las analizadas, es decir, la Ingeniería Mecánico-electricista (IME) y la Licenciatura en Informática Administrativa (LIA).

En la Figura 6 se representa la personalidad emprendedora media de los estudiantes de ambas carreras. En ésta, es posible observar que los valores más bajos resultantes en todos los rasgos de personalidad emprendedora, los obtuvieron estos estudiantes de IME y de LIA. Por otra parte, en la tabla de la sección anterior, se observa que la carrera de IME presenta la eficiencia terminal por cohorte más baja (44.4%) de todas las participantes en este estudio mientras que LIA presenta una de las más bajas (57.1%).

Figura 6. Caracterización de Estudiantes de IME y LIA.



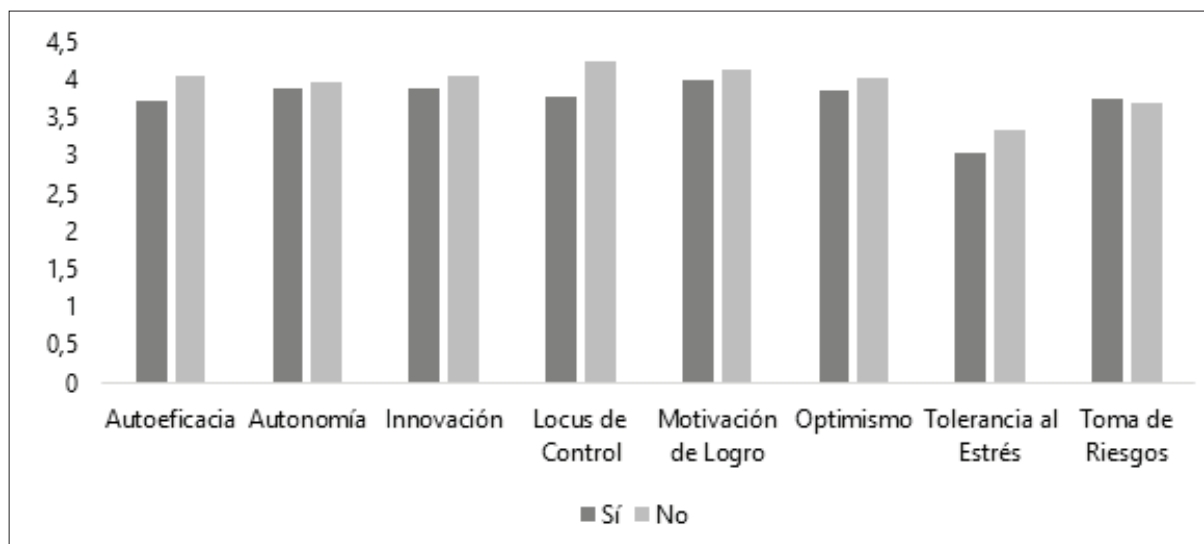
Fuente: Elaboración propia.

Aunque LIA presenta un índice relativamente alto en el rasgo de locus de control (4.24) la media de todos los índices es la más baja (3.51) seguida por IME (3.57). Este descubrimiento viene a fortalecer la correlación positiva discutida en la sección anterior entre la personalidad emprendedora y la eficiencia terminal. Esta correlación positiva observada nos permite plantear la teoría de que los estudiantes con alto perfil emprendedor, de acuerdo al instrumento empleado en este estudio, son estudiantes de alto rendimiento académico y viceversa, los estudiantes con bajo perfil emprendedor pertenecen a carreras con baja eficiencia terminal.

Análisis de resultados de las madres solteras

Un hecho que llama la atención es que las estudiantes que son madres solteras presentan un perfil emprendedor más bajo que las que no son madres solteras. En la Figura 7 se puede apreciar que el índice para casi todos los rasgos de personalidad estudiados es menor en las mujeres que son madres solteras que para aquellas que no lo son. Resulta interesante -sin el afán de hacer conjeturas que pudieran resultar ofensivas a la condición de madres solteras- que el único rasgo cuyo índice es mayor en esta comparación sea la toma de riesgos considerando que anteriormente se definió este rasgo como una disposición a enfrentarse a dificultades con la esperanza de que la recompensa valga la pena. Este hecho podría reforzar la validez del instrumento empleado en el estudio. Por otra parte resulta evidente a través de los resultados del resto de los rasgos que el perfil de personalidad emprendedora sí se ve afectado por la circunstancia de ser madre soltera.

Figura 7. Madres Solteras.

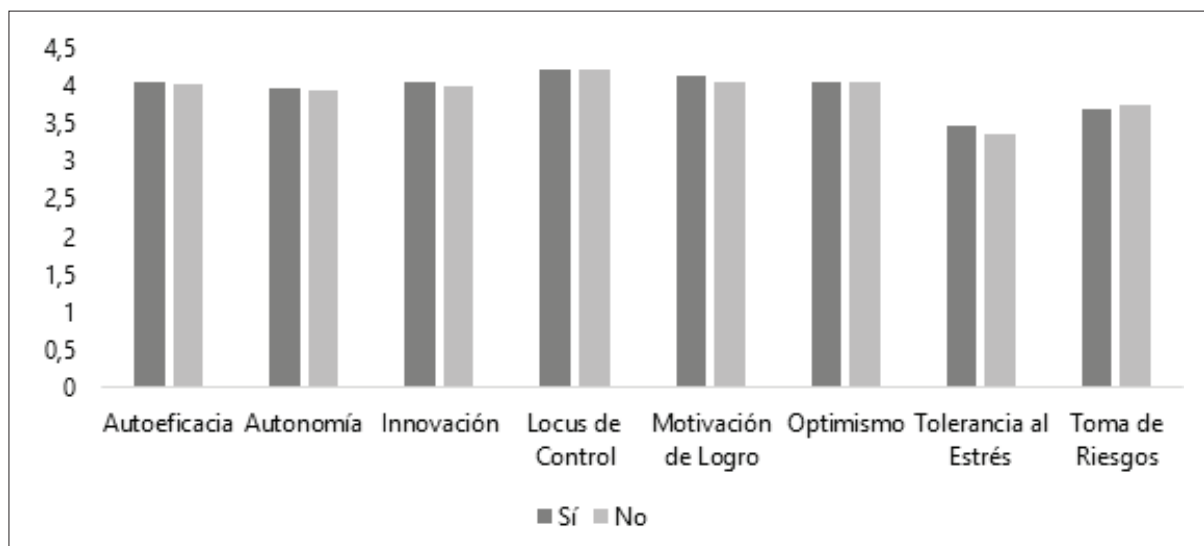


Fuente: Elaboración propia.

Análisis de resultados de estudiantes que trabajan

Otro aspecto interesante es que los estudiantes que trabajan presentan una mejor personalidad emprendedora que los estudiantes que solo se dedican a estudiar. En la Figura 8 se aprecia que sólo los rasgos de optimismo y toma de riesgos presentan un índice ligeramente menor en los estudiantes que trabajan.

Figura 8. Estudiantes que trabajan.

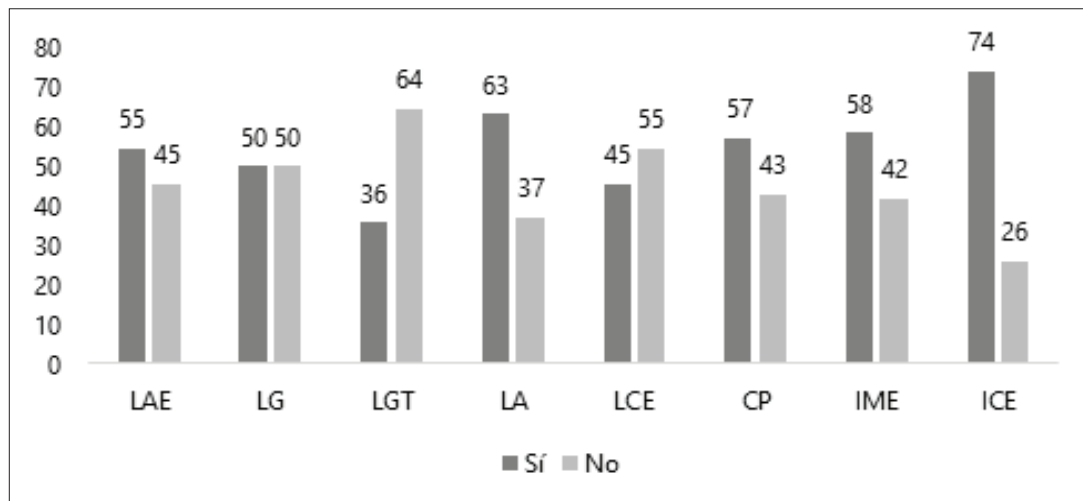


Fuente: Elaboración propia.

Análisis considerando la existencia de negocio familiar y su participación

El primer dato que resalta en el análisis de estudiantes con negocio familiar es que en 5 de las 8 carreras los porcentajes son cercanos al 50% mientras que en LGT sólo un 36% tienen negocio (muy por debajo del 50%), en LA un 63% (muy por encima del 50%) y la carrera de ICE tiene el porcentaje más alto: 74%, presentando una brecha interesante con respecto del resto de las carreras. (Ver Figura 9)

Figura 9. Negocio Familiar.

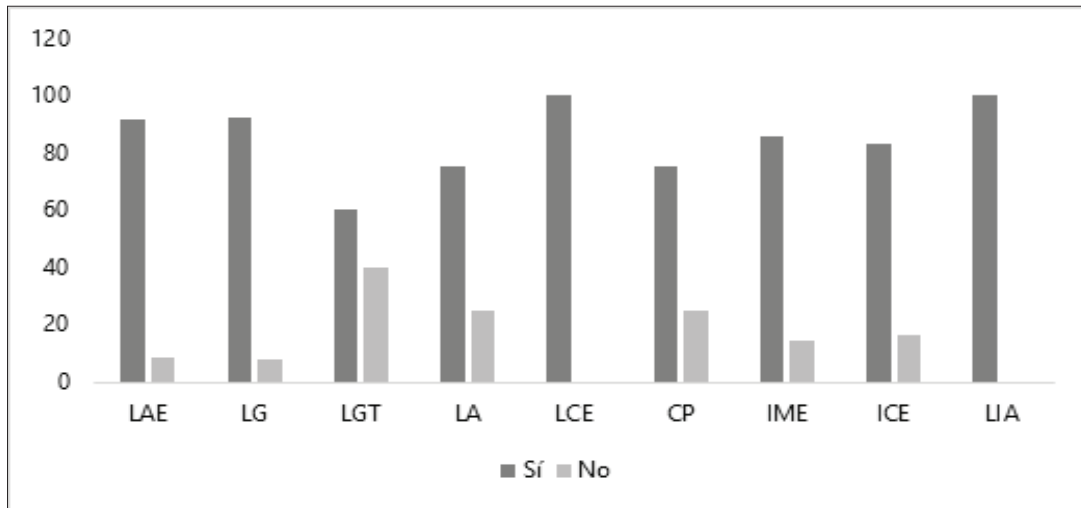


Fuente: Elaboración propia.

Este es un dato interesante considerando que los estudiantes de ICE están entre los que tienen el perfil de personalidad emprendedora más alto hacia el emprendimiento junto con los estudiantes de las carreras de LCE y LA, sin embargo en esta sección en que se hace un análisis del perfil emprendedor por carreras no se encontró entre los indicadores académicos una posible explicación.

Antes de iniciar con el análisis de los datos de estudiantes con negocio familiar, podemos observar en la Figura 10 que la gran mayoría y en algunos casos el total (LCE y LIA) de estudiantes con negocio familiar participan en éste.

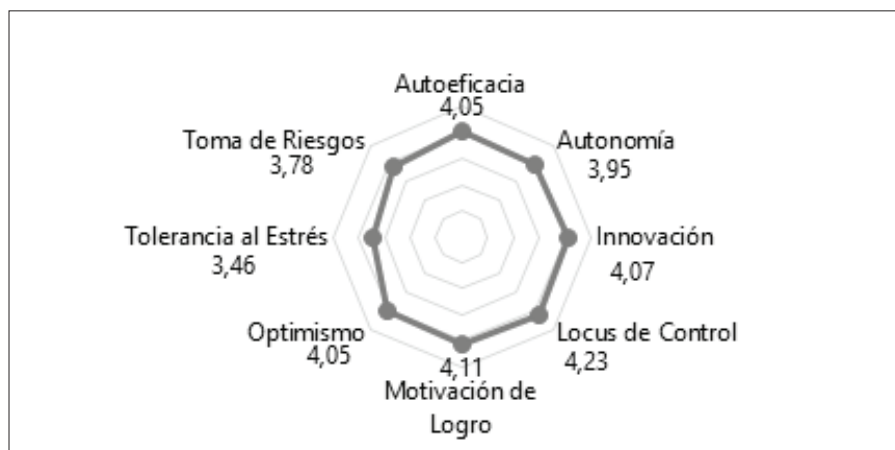
Figura 10. Participa en el negocio familiar.



Fuente: Elaboración propia.

El análisis de resultados considerando la existencia de un negocio familiar y la participación de los estudiantes en éste arroja datos interesantes, y en algunos datos, casi opuestos a lo que se podría presuponer.

Figura 11. Participan en el Negocio Familiar

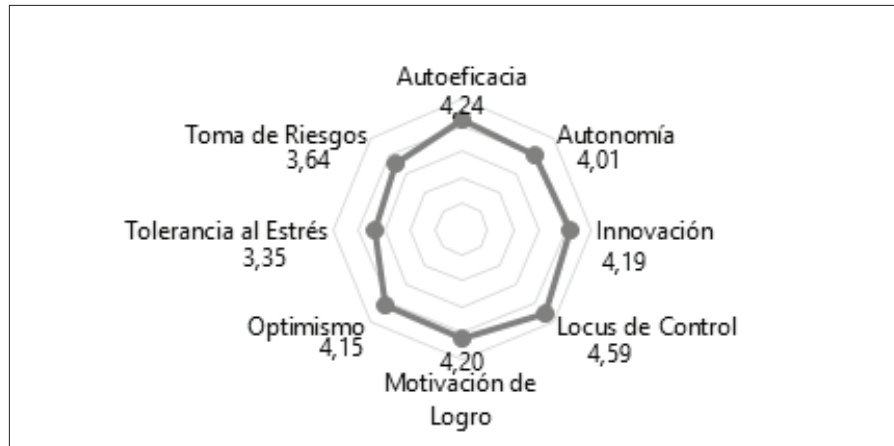


Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar se observa una mejor personalidad emprendedora que en los resultados globales, lo cual sería de esperarse considerando que los jóvenes en estas circunstancias tienen o han tenido contacto con la actividad empresarial e incluso en algunos casos con la actividad emprendedora. La tolerancia al estrés sigue siendo el rasgo con índice más bajo seguido de la toma de riesgo pero en general muestran mejores resultados en todos los rasgos, especialmente en la innovación y la tolerancia al estrés.

Más interesante resulta el análisis de los estudiantes que teniendo negocio familiar no participan en éste. Como se puede observar en la Figura 13.

Figura 13. No Participan en el Negocio Familiar



Fuente: Elaboración propia.

De igual forma que aquellos que participan en el negocio familiar, los estudiantes que no participan en éste muestran una mejor personalidad emprendedora que los resultados globales. Esto permite inferir que el solo hecho de pertenecer a una familia que cuenta con negocio propio da una perspectiva distinta a los estudiantes y ayuda a desarrollar rasgos personales más orientados hacia el emprendimiento. Adicionalmente, resulta sumamente interesante que estos estudiantes muestren mejores resultados en siete de los ocho rasgos estudiados (a excepción de la tolerancia al estrés). Este hecho plantea incógnitas que tendrían que ser resueltas en estudio futuros que evalúen a mayor profundidad las características y circunstancias particulares de los estudiantes cuyas familias cuenten con negocio familiar independientemente de su participación en éste.

Las diferencias significativas especialmente en los rasgos de innovación y autoeficacia plantean mejores probabilidades de éxito empresarial de acuerdo a estudios previos mientras que mejores resultados en los rasgos de locus de control, motivación de logro y optimismo se relacionan tanto a la conducta empresarial como al éxito en el emprendimiento (Pedrosa García, 2015).

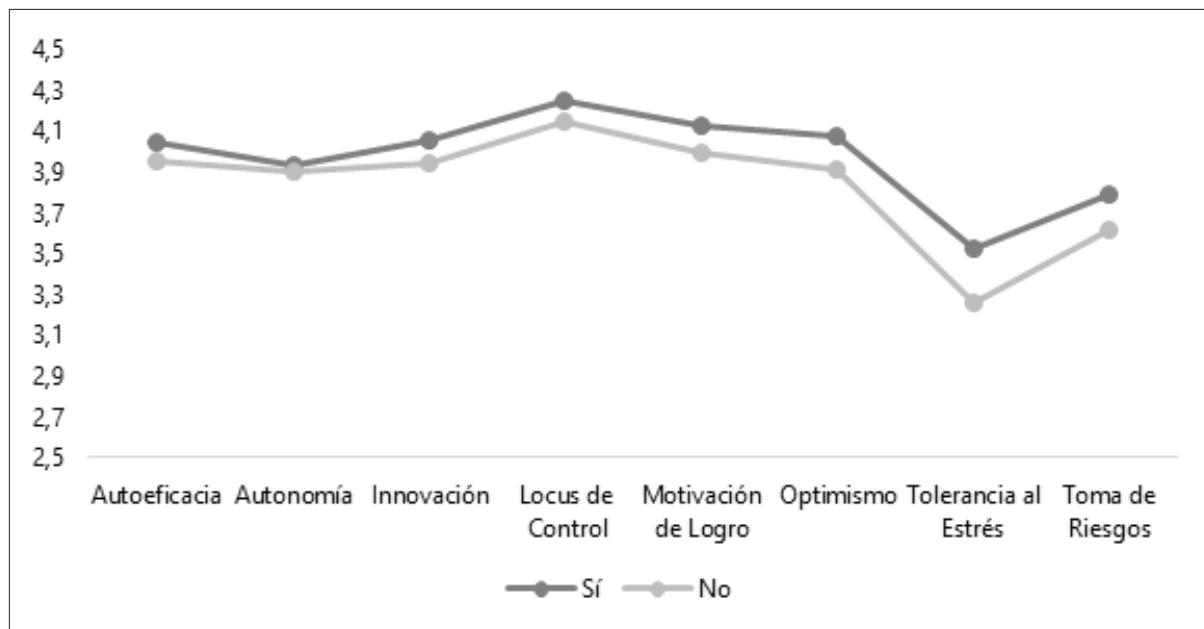
Análisis de estudiantes emprendedores

El instrumento original utilizado en esta investigación descrito en la sección 4 (Metodología) y propuesto por (Pedrosa García, 2015) trata de determinar la personalidad emprendedora sin embargo no busca determinar si en los sujetos se ha dado actividad emprendedora.

Con la finalidad de enlazar la personalidad con la actividad emprendedora, se incluyó la siguiente pregunta en la encuesta: "¿Has emprendido o participado en emprender algún negocio?"

Los resultados dan un indicio positivo hacia la validez del instrumento utilizado como predictor de la conducta emprendedora. Como se puede observar en la Figura 14 los estudiantes que han emprendido o participado en el emprendimiento empresarial tienen una personalidad evidentemente más orientada hacia el emprendimiento. Este es probablemente uno de los descubrimientos más relevantes de la investigación considerando que el investigador que propone el instrumento plantea que será necesario más investigación para comprobar la validez del instrumento como predictor de la actividad emprendedora.

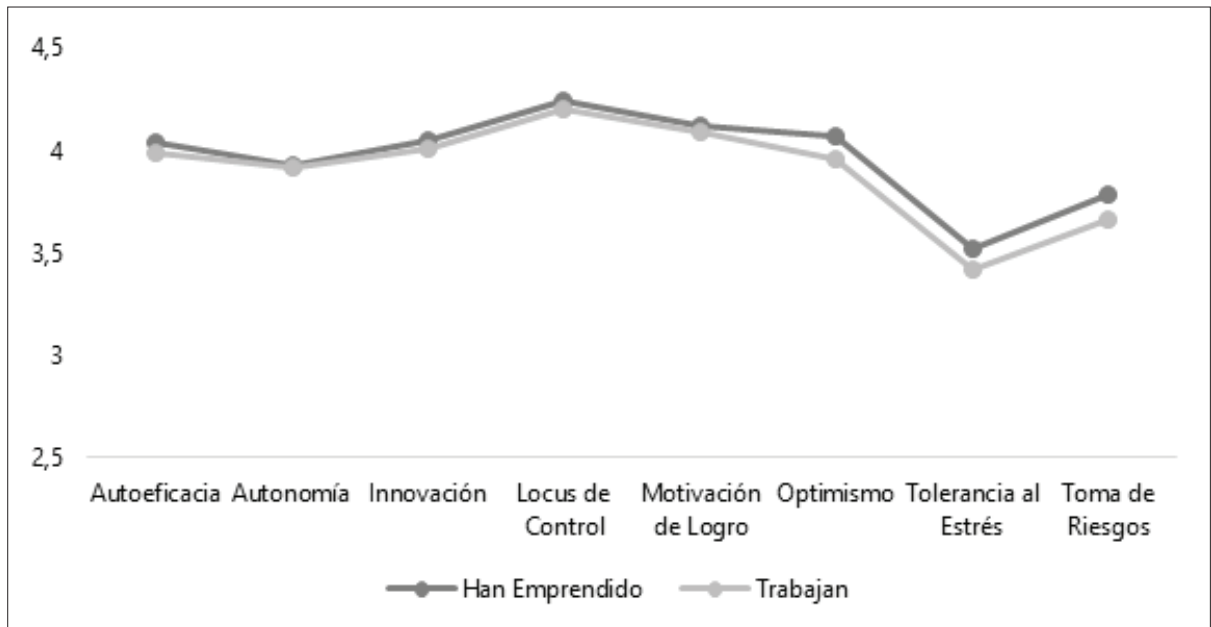
Figura 14. Estudiantes que han emprendido (Comparativo).



Fuente: Elaboración propia.

Una comparación final entre los estudiantes emprendedores y los que trabajan permite observar que los emprendedores tienen una mejor personalidad hacia el emprendimiento que los trabajadores. Véase en la figura siguiente la comparación.

Figura 15. Comparativo Emprendedores-Trabajadores.



Fuente: Elaboración propia.

Aunque las diferencias son más pequeñas estas comparaciones nos permiten hacer las siguientes afirmaciones finales:

- Lo estudiantes que no han emprendido ni trabajan tienen un perfil emprendedor más bajo.
- Los estudiantes que trabajan tienen un perfil emprendedor más alto que los que no trabajan ni han emprendido, pero menor que los que han emprendido.
- Los estudiantes que han emprendido tienen el perfil emprendedor más alto de todo el estudio.

Conclusiones

Los rasgos de personalidad que consistentemente resaltan en el estudio fueron la baja tolerancia al estrés y la baja disposición para tomar riesgos. Ambos rasgos han mostrado estadísticamente una relación positiva con la conducta emprendedora. Aunque los participantes del estudio muestran mejores índices en otros rasgos también relacionados con la conducta emprendedora como la autonomía y el locus de control interno vale la pena resaltar que la baja disposición para tomar riesgos puede ser determinante al momento de tomar la decisión de emprender; mientras que una baja tolerancia al estrés puede resultar determinante al momento de enfrentar los periodos de arranque de la empresa y aumentar las probabilidades de fracaso.

En relación al género, aunque en el ámbito internacional predominan los hombres sobre las mujeres en la creación de empresas en razón de 2 a 1, en México esta brecha es mucho más estrecha y se puede asegurar dados los resultados del estudio que esta brecha está muy cerca de desaparecer.

El rendimiento escolar está directamente relacionado en la mayoría de los casos a un alto perfil de personalidad emprendedora. Sin embargo esta aseveración debe hacerse con cierta cautela hasta recabar más información que la fortalezca. Es necesario realizar estudios futuros para encontrar otras variables que contribuyen a la mejorar de la personalidad emprendedora en el estudiante universitario.

La experiencia laboral definitivamente fortalece la personalidad del universitario hacia el emprendimiento. El hecho de pertenecer a una familia con negocio propio favorece el desarrollo de la personalidad emprendedora independientemente de que el estudiante participe activamente en éste o no.

Aunque se precisan estudios futuros orientados a validar la capacidad predictiva del instrumento utilizado en esta investigación, se puede asegurar que existen evidencias en este estudio de que la personalidad del emprendedor coincide con la conducta emprendedora. Esta aseveración resulta del alto perfil emprendedor que fue detectado en los estudiantes que han emprendido o participado en emprender, perfil superior incluso al de aquellos que trabajan o participan en el negocio familiar.

Bibliografía

- Carraher, S. M., Buchanan, J. K., & George, P. (2010). Entrepreneurial Need for Achievement in China, Latvia, and the USA. *Baltic Journal of Management*, Vol. 5 Issue: 3, 378-396.
- Covarrubias Ramírez, R. (06 de 02 de 2015). Secretaría de Turismo. Recuperado el 25 de 08 de 2017, de Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos 2013-2018 Manzanillo: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Manzanillo.pdf>
- Lanero, A., Vázquez, J. L., & Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología*, 243-259.
- Lepe Vasconcelos, E. (2012). Secretaría de Fomento Económico. Recuperado el 26 de 08 de 2017, de Cédula para Promoción Municipal Manzanillo: http://www.sefome.gob.mx/docs/2012/cedula_pdf/Manzanillo.pdf
- Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN* (81), 12-28.
- Naranjo, E. E., Campos, M. E., & Natzín, L. L. (2015). Global Entrepreneurship Monitor Consortium. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>

- OECD. (2016). *Entrepreneur at a Glance*. (P. OECD Publishing, Ed.) Recuperado el 28 de 08 de 2017, de http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2016-en
- Pedrosa García, I. (24 de 04 de 2015). Repositorio de la Universidad de Oviedo. Recuperado el 18 de 08 de 2017, de Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado: <http://hdl.handle.net/10651/33327>
- Preciado y Sotelo, L. S. (2016). *La Ciudad Puerto de Manzanillo: Relevancia Regional y Crecimiento Local. El desarrollo regional frente al cambio ambiental global y la transición hacia la sustentabilidad*. México: Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C; UNAM.
- Santa Ana, M., Rivera, P., & Chávez, D. (2014). El emprendimiento, una alternativa para egresados universitarios. XI Coloquio Internacional de Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación en Análisis Organizacional (págs. 2035-2058). Xalapa, Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Suárez-Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2017). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Situación Actual y Líneas del Futuro. *Papeles del Psicólogo* 37 (1), 62-68.
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13 (1), 127-149.

Incidencia de la actitud personal y las habilidades empresariales: Una aproximación al emprendimiento en los jóvenes universitarios

Dra. María Guadalupe Arredondo Hidalgo, Dra. Eva Conraud Koellner

Resumen

La presente investigación se realiza en la Universidad de Guanajuato, institución de naturaleza pública, en donde se presenta un fuerte espíritu de participación social. Se trata de un trabajo de naturaleza cuantitativa y los datos se obtuvieron por encuestas. El objetivo del trabajo fue: medir el grado de intención emprendedora en los estudiantes universitarios de las licenciaturas en Comercio Internacional, Relaciones Industriales y Contador Público. Se aplicaron 253 encuestas compuestas por 110 ítems, para medir la intención emprendedora, desde el modelo analizado por Suárez-Álvarez y Pedrosa (2016). La escala fue de Likert, para medir qué tan dispuestos están los estudiantes en realizar un negocio propio. Se parte de la hipótesis de que, dado el perfil de los alumnos, se tiene una clara intención para emprender un negocio. Los principales resultados demuestran una actitud positiva en torno al ímpetu de realizar un negocio, sin embargo, el desarrollo de habilidades y competencias es bajo. Le dan importancia o mucho valor al reconocimiento de familiares y amigos cercanos, que los catalogan como emprendedores.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendimiento estudiantil.

Abstract

This investigation is done in the University of Guanajuato, institution of public nature, where a great spirit of social participation is presented. It is about a work of quantitative nature and the data was obtained by surveys. The objective of the work was: to measure the level of entrepreneurial intention in the university students of the degrees of International Trade, Industrial Relations and Public Accountant. 253 surveys were applied composed of 110 items, to measure the entrepreneurial intention, from the Model analyzed by Suárez-Álvarez and Pedrosa (2016). To measure how willing the students are to start their own business the scale was from Likert. It is based on the hypothesis that, given the profile of the students, there is a clear intention to start a business. The main results show a positive attitude about the impetus of running a business, however, the skill development and competences is low. They give importance or more value to the recognition from family members and close friends, who labels them as entrepreneurs.

Key words: Entrepreneurship, student entrepreneurship.

Introducción

La investigación nace de la inquietud de realizar una valoración en el sentido de establecer cómo los estudiantes de la Universidad de Guanajuato (UG) perciben la intención emprendedora en su ambiente. Actualmente existen diferentes organismos a nivel federal o estatal que apoyan las iniciativas empresariales¹. Asimismo, internamente existen en la comunidad guanajuatense algunas incubadoras o parques tecnológicos que han sido iniciativas para favorecer la vinculación y la incubación de negocios, que son generados con los alumnos a partir de los proyectos desarrollados en las asignaturas impartidas específicamente para cada programa educativo. La institución considera como esencial que los procesos académicos, tengan una fuerte vinculación con los sectores productivo, gubernamental y social, de manera que se potencialice el aprendizaje y la generación de conocimiento, en sinergia con otras universidades y redes de investigación e innovación.

El concepto de emprendimiento está definido desde la Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde a partir del estudio del espíritu empresarial en Europa (2003), como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social. González, Millán y Rodríguez (2008) indican que en Latinoamérica el proceso del desarrollo emprendedor inicia en 1985, cuando la Universidad colombiana ICESI crea la primera unidad académica dedicada al desarrollo de este concepto: El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial; posteriormente otras universidades han ido evolucionando y desarrollando diversas aproximaciones al tema. Moriano, Palací y Morales (2006) afirman que es muy común el asumir que las características personales y las habilidades de los emprendedores, pueden ser desarrolladas a través de la educación.

Tabla 1. Conceptos y Modelos que miden la intención emprendedora.

Concepto - Modelo	Autores
La actitud emprendedora se considera como un estado de alerta que detecta oportunidades de negocios con base en la percepción de necesidades individuales.	Kirzner (1973).
La actividad emprendedora, entendida como un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo.	Gartner, Shaver, Gatewood, y Katz (1994). Kyrö y Carrier (2005).

¹ INADEM es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objetivo instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyugar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial. Información recuperada de: <https://www.inadem.gob.mx/index.php/que-es-inadem>

Incidencia de la actitud personal y las habilidades empresariales: Una aproximación al emprendimiento en los jóvenes universitarios

La intención emprendedora es previa a la creación de la empresa y podría ser considerada su mejor predictor.	Ajzen (1991, 2001). Krueger y Brazeal's (1994). Fishbein y Ajzen, 1975).
Modelo del evento emprendedor.	Shapero y Sokol, (1975, 1982)
Teoría de la acción planificada.	Ajzen (1991; 2001).
Presiones que moldean a la sociedad empresarial.	Gibb (2011).
La educación empresarial, se desarrolla en un marco cultural específico y un medio ambiente real.	Varela (2011).
La intención emprendedora se mide desde una actitud personal, la percepción de la facilidad o la dificultad de convertirse en un emprendedor. Las normas subjetivas (motivaciones), las variables culturales de la sociedad y las habilidades generales que se relacionan con conocimientos empresariales	Aragón y Vaxuali (2014).

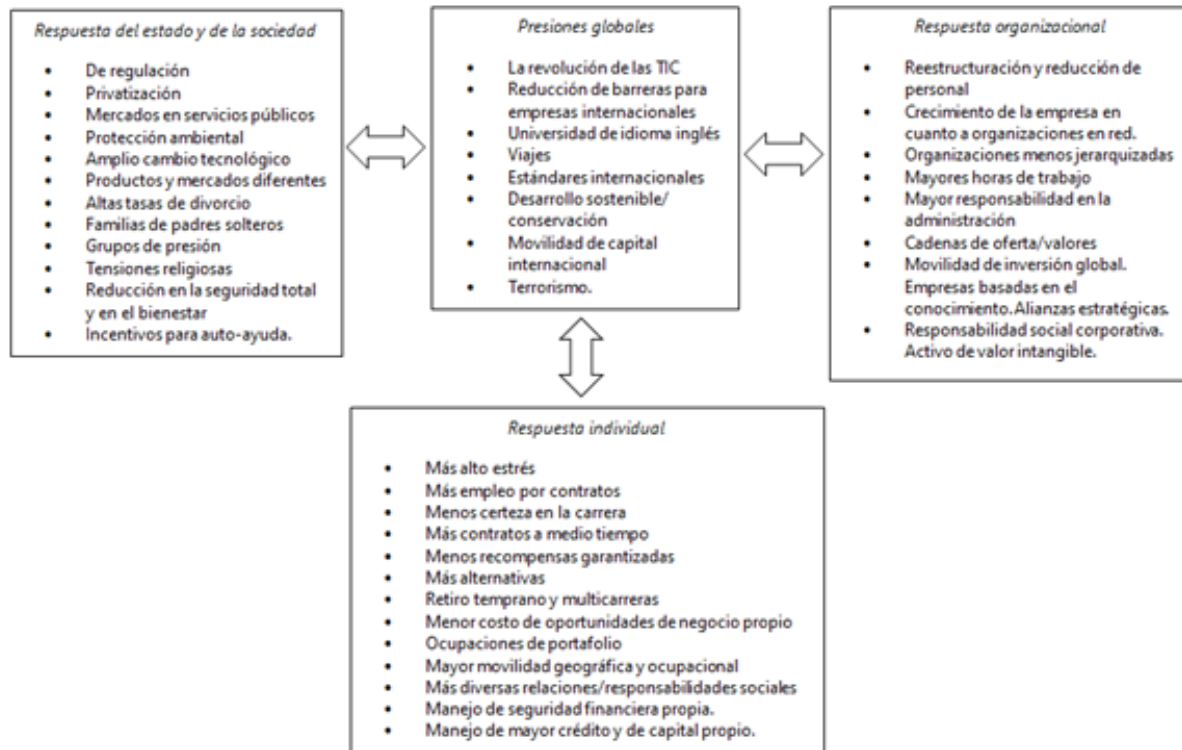
Fuente: Elaboración propia con base a los autores citados.

Arredondo (2016) cita a Palomares y Chrisvert (2014) quienes afirman que en el espacio universitario, la toma de decisiones se hace más compleja, se amplifican los espacios de reflexión, pero también de crítica y desacuerdo con decisiones asumidas en otro plano jerárquico. Hernández y Arano (2015) indican que dada la esencia de las licenciaturas relacionadas con la administración o los negocios, podrían ser más proclives hacia el proceso emprendedor. Las universidades entonces, buscan tener un entorno favorable para que sus estudiantes se vean inmersos en estos planes y actividades que los lleven a concretar sus ideas de negocios.

Por otra parte, Caldera, León y Sánchez (2017) identifican el fenómeno de desempleo juvenil y enfatizan que esta situación es generalizada en países como México, analizan los datos de la Organización Mundial del Trabajo (OIT), mismos que indican que la tasa de desempleo juvenil mundial en 2015 fue de 12.9%, y de 13.1% en 2016, y se considera que permanecerá en este nivel durante 2017 (OIT, 2016). Entre los afectados, se encuentran jóvenes con títulos universitarios (profesionistas).

La información del Monitor Global de Emprendimiento (GEM, Global Entrepreneurship Monitor por sus siglas en inglés) para México, indica que existe una tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) del 21%. La TEA en la población joven (18 a 24 años) es del 12.7%. Podría afirmarse que la razón principal por la que se decide emprender es porque se ha identificado una oportunidad de negocio. La principal actividad en la que se decide emprender es en el comercio al por mayor y al por menor, seguida de servicios de manufactura. En la clasificación correspondiente a las políticas gubernamentales enfocadas al fomento de nuevos emprendimientos, México ocupa el lugar 15 de 62 economías que engloban el GEM. En el rubro relacionado a la educación empresarial, nuestro país ocupa el lugar 45 de 62 economías que engloban el GEM.

Figura 1. Presiones que moldean “la sociedad empresarial”.



Fuente: Extraído de Gibb (2011, p. 21).

Gibb (2011) analiza las fuerzas (presiones), que llevan a la sociedad empresarial a enlazar el entorno político con las iniciativas para emprender y hacer frente a las demandas de la competitividad global, así como la forma en que están cambiando o se están adaptando las estructuras de gobierno, organización y estilo de vida de la sociedad como un todo, tal como se muestra en la Figura 1.

Por otra parte, numerosos estudios hablan acerca de cómo las universidades deben incidir en el espíritu emprendedor de sus alumnos, entre otros, Palomares y Chrisvert (2014), Duarte y Ruiz (2009) también afirman que el medio educativo es el más adecuado y eficaz para transmitir, compartir y recrear la cultura del emprendimiento, puesto que en todos los niveles de la escuela se puede materializar esta cultura. Esto es visto como un proceso formativo en donde pueden generarse oportunidades laborales y la proyección de la riqueza en toda la población, todo ello encaminado y en función del desarrollo humano. Los autores citan a Lezana y Tonelli (1998) quienes definen a los emprendedores como las personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Son individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.

Conforme a Isenberg (2010), un ecosistema emprendedor es el espacio determinado y dinámico en el cual convergen distintos actores quienes potencian, acompañan y desarrollan ideas de negocio para que éstas se conviertan en empresas exitosas.

Figura 2. Elementos del ecosistema emprendedor.



Fuente: Elaboración propia con base en Isenberg (2010).

En este sentido, resulta relevante incorporar este tema tan estratégico, tanto para el sentido educativo, como de compromiso social, para poder analizar los ejes de dirección que deberá tomar en cuenta la institución a fin de acompañar este proceso en los alumnos. A continuación se describen los hallazgos.

Método. Diseño de la investigación

Se aplicaron 253 cuestionarios, mismos que se distribuyeron en las licenciaturas de Comercio Internacional, Relaciones Industriales y Contador Público. La hipótesis que plantea la presente investigación fue:

H1: Los alumnos de las licenciaturas, poseen una alta intención emprendedora, por la naturaleza propia de los estudios que están cursando y de su perfil personal.

El cuestionario estuvo compuesto de 110 ítems divididos en las siguientes dimensiones:

- a. Índice de autoeficacia
- b. Indicador de autonomía.

- c. Índice de innovación.
- d. Índice de locus de control.
- e. Índice de motivación del logro.
- f. Índice de optimismo.
- g. Índice de tolerancia al estrés.
- h. Índice de toma de riesgos.
- i. Índice general de emprendimiento.

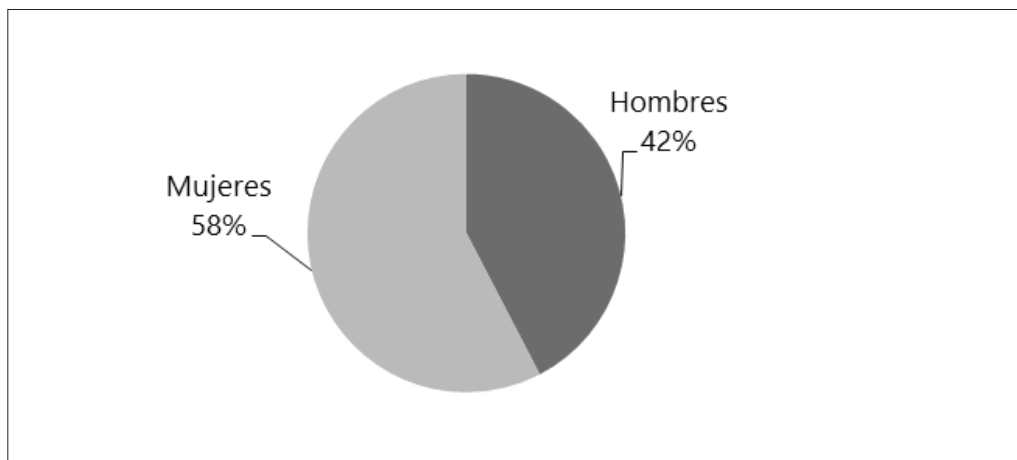
Presentación de los resultados

Datos demográficos

Población: se aplicaron 253 encuestas a los alumnos de las licenciaturas descritas con anterioridad. Algunas encuestas fueron descartadas por el programa SPSS, que elige aquellas que cumplen con los ítems descritos. La escala de medición fue Likert, donde: (1) Muy en desacuerdo o desfavorable, (2) En desacuerdo o desfavorable, (3) Poco en desacuerdo o poco desfavorable, (4) Indistinto, (5) Poco en acuerdo o poco favorable (6) En acuerdo o favorable y (7) Muy de acuerdo o muy favorable.

De estas encuestas, el 58% correspondió a mujeres y el 42% a hombres, tal como se muestra en la Figura 3.

Figura 3. Descripción de la muestra por género

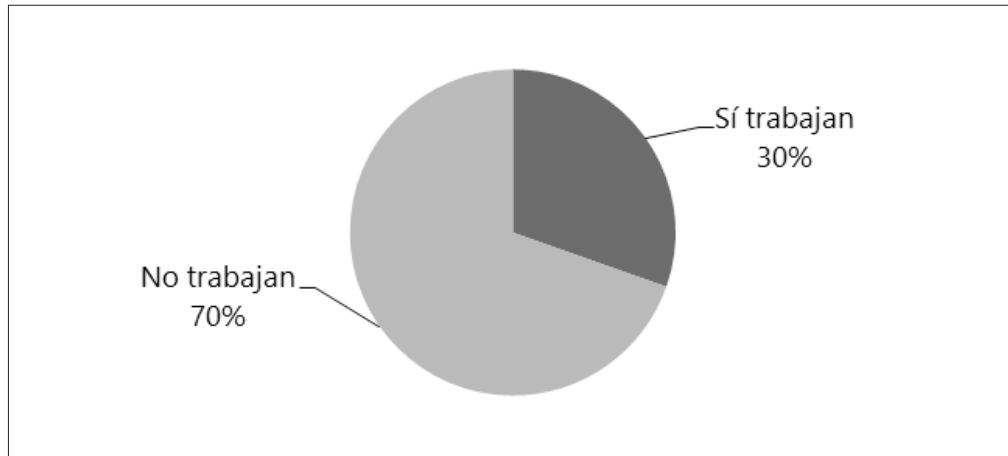


Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, del 58% analizado en las alumnas, el 2% correspondió a madres solteras y el restante 98% son alumnas sin hijos.

Tal como lo muestra la gráfica 2, siete de cada 10 alumnos no trabajan, esto se ve reflejado también en los resultados de la experiencia laboral lo cual es lógico al tratarse de una universidad en donde la mayoría de los alumnos son de tiempo completo, limitando la posibilidad de contratarse en otros empleos de índole temporal.

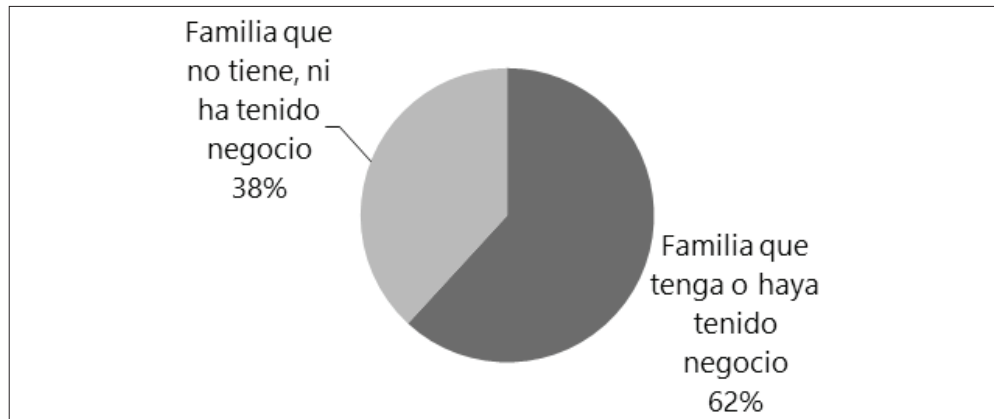
Figura 4. Experiencia laboral.



Fuente: Elaboración propia.

De igual forma, se analizó el aspecto de los antecedentes familiares relacionados con el haber tenido negocio o no, tal como se describe en la figura 4, la cual refleja que la mayoría de ellos (62%) tiene antecedentes de emprendedores en la familia.

Figura 5. Antecedentes de emprendimiento familiar.



Fuente: Elaboración propia.

Estadística descriptiva.

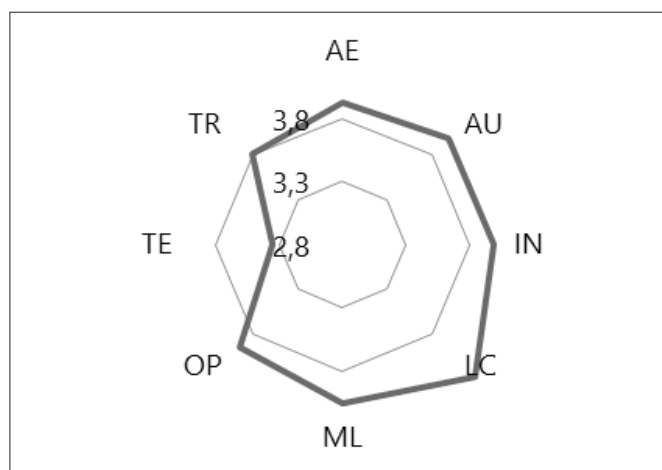
El Índice General de Emprendimiento muestra una calificación muy favorecedora, muestra que las personas encuestadas tienen una actitud positiva ante el efecto del emprendedurismo, la comunidad de la UG cuentan con las características para que puedan lograr con éxito un proyecto emprendedor.

Tabla 2. Estadística descriptiva de la muestra.

Componentes del Emprendedurismo		N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
AE	Índice de Autoeficacia	253	1.17	5	3.9192	0.53258
AU	Índice de Autonomía	255	1.57	5	3.981	0.52109
IN	Índice de Innovación	251	1.33	4.93	3.9936	0.51763
LC	Índice de Locus de Control	252	1	5	4.2794	0.53063
ML	Índice de Motivación de Logro	253	2	5	4.0522	0.54439
OP	Índice de Optimismo	255	1.73	5	3.9394	0.58574
TE	Índice de Tolerancia al Estrés	256	1.64	4.82	3.3516	0.58189
TR	Índice de Toma de Riesgos	252	1.93	5	3.8152	0.51868
Índice General de Emprendimiento		229	2.05	4.92	3.9288	0.40747

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Descripción general de las dimensiones.



Fuente: Elaboración propia.

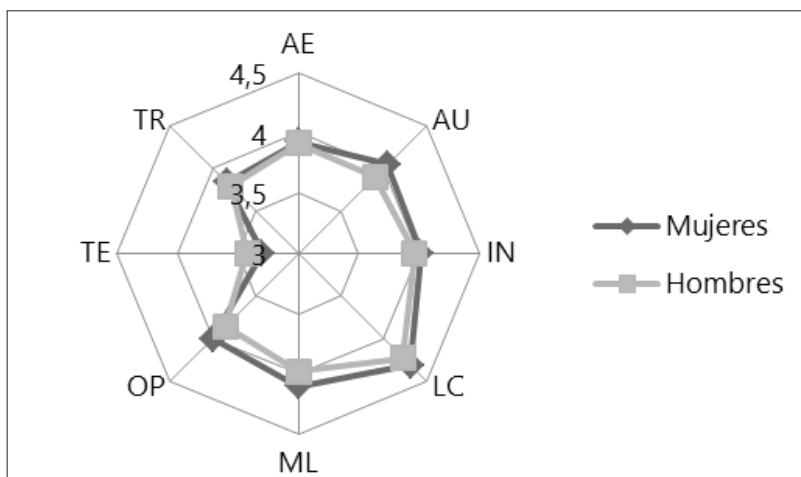
Los resultados muestran que los estudiantes encuestados, muestran una atracción fuerte para convertirse en emprendedores, piensan que es agradable, les daría gran satisfacción y si tuvieran los recursos y las oportunidades, iniciarían un negocio propio.

Para la calificación relacionada al locus de control, se identifica que el control interno es que el emprendedor cree que puede controlar personalmente el desarrollo de su proyecto, el externo indica que el éxito del proyecto se debe a cuestiones externas no controladas por él mismo. El índice de motivación indica que los encuestados perciben que los factores que los dirige a iniciar y continuar con un proyecto emprendedor son fuertes y por ello sienten la confianza de que pueden lograrlo.

La percepción personal de los alumnos en relación a la factibilidad de convertirse en un emprendedor, es que existe un ligero grado de dificultad para Iniciar un negocio propio y mantenerlo. Se sienten con una capacidad limitada para controlar el proceso de creación de un nuevo negocio y con oportunidades limitadas de tener éxito, ya que conocen poco de los detalles prácticos que son necesarios para ser emprendedores. Asimismo, los alumnos de la Universidad de Guanajuato muestran optimismo ante el reto de iniciar un negocio, ya que perciben que sus amigos y familiares cercanos estarían orgullosos de ellos. Esta dimensión de valor cultural de la sociedad, les representa un logro importante, derivado del reconocimiento social que persiguen.

Resulta interesante, al analizar la grafica, que no existen grandes diferencias entre el índice general emprendedor entre alumnos y alumnas. Esto representa retos para la UG, puesto que deben apoyarse por igual las iniciativas relacionadas con cristalizar las ideas de nuevas empresas, en igualdad de condiciones, sin importar si se trata de mujeres o de hombres.

Figura 7. Comparación del Índice General de Emprendimiento (hombres y mujeres).



Fuente: Elaboración propia.

Los alumnos perciben que sus habilidades de creatividad, liderazgo y solución de problemas, no cuentan con la profundidad deseada. También consideran que las competencias de identificación de oportunidades, desarrollo de nuevos productos y la facilidad de construir redes de contactos profesionales, representan un área poco fortalecida al interior de la Universidad de Guanajuato. Son personas que una buena actitud frente a la toma del riesgo, están dispuestos a enfrentar la aventura del emprendedurismo con una calificación muy cercana a 4.

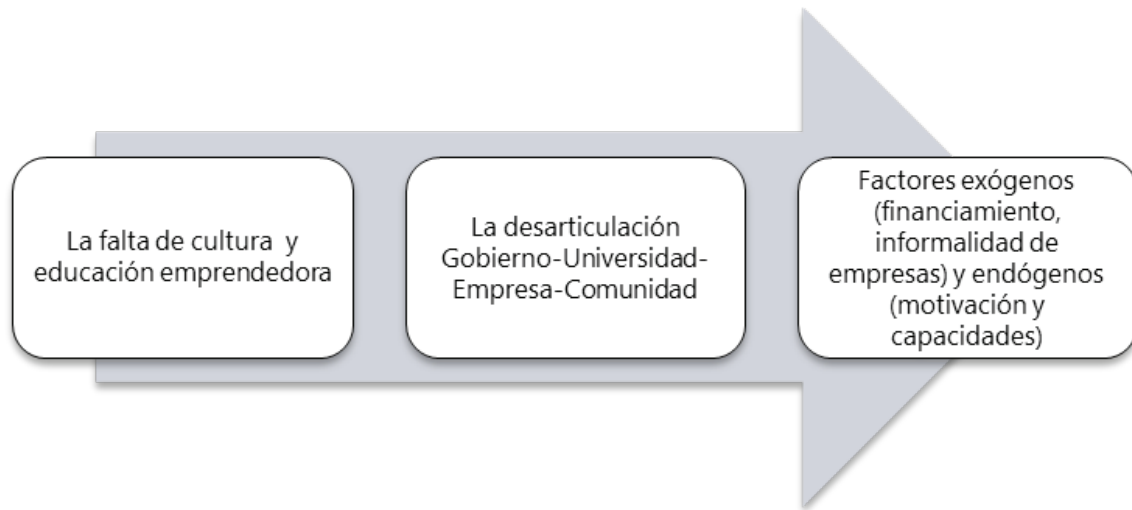
Conclusiones.

Un área de oportunidad fundamental detectada, es indagar en las actitudes propias de los estudiantes, quienes deben enfrentar un mundo cambiante, competitivo y con necesidades de propuestas nuevas. Los alumnos están limitados, es decir, muestran una dependencia hacia las herramientas ya existentes y de aplicación inmediata, para controlar el proceso y el mantenimiento de un nuevo negocio. Los estudiantes de las universidades deben ser agentes comprometidos con una sociedad que les demanda propuestas relacionadas a su bienestar, pero que permee el beneficio a la sociedad como un todo. Necesitan integrarse desde el aprendizaje holístico, tomando en cuenta todas las materias que les representen una herramienta útil, para que puedan ser conscientes de que éstas les proveerán de los conocimientos necesarios, para establecer negocios exitosos. Los elementos exógenos que se identifican son el contexto económico, social, cultural, político, medioambiental, tecnológico, etc. Y los Endógenos, son Capacidades (Liderazgo, y Creatividad), así como la Motivación (Intención emprendedora).

Las iniciativas de nuevos negocios deben ser instrumentadas desde la formalidad, lo cual es un reto para nuestra economía puesto que según INEGI (2017), para el año 2016 la medición de la Economía Informal indicó que el 22.6% del PIB se produjo en unidades económicas informales y se generó por el 56.7% de la población ocupada que laboró en condiciones de informalidad, en tanto que el 77.4% del PIB fue producido en el Sector Formal con el 43.3% de la población ocupada formal. Es decir, por cada 100 pesos generados de PIB en el país, 77 pesos los generaron el 43% de ocupados formales, mientras que casi 23 pesos los generaron el 57% de ocupados en condiciones de informalidad. Necesariamente, estas unidades informales llevan a riesgos que deben superarse, desde el emprendimiento universitario.

Se debe entonces coadyuvar a que los alumnos desarrollen el espíritu emprendedor, con el desarrollo de sus competencias, unificando criterios de evaluación de sus proyectos y trabajando a partir de comunidades y redes que complementen el trabajo asociativo para incluir el emprendimiento como competencia transversal, desde la educación inicial y en las instituciones de educación superior.

Figura 8. Áreas de oportunidad.



Fuente: Elaboración propia.

Este trabajo puede servir como base para investigaciones futuras, que indaguen en las áreas específicas y en donde los alumnos puedan fortalecer la intención de convertirse en emprendedores sólidos y comprometidos con su entorno.

Bibliografía

- Aragón, A. y Baixauli, J.S. (2014). *Intención Emprendedora de los estudiantes de Bachillerato y Ciclos Formativos en la Región de Murcia*. Murcia, España: Ediciones de la Universidad de Murcia EDITUM.
- Arredondo, M.G. (2016). *Análisis de la intención emprendedora en los estudiantes de las licenciaturas en Administración, Comercio y Negocios Internacionales de una IES Privada*. Congreso Iberoamericano de Recursos Humanos y Responsabilidad Social. Instituto Tecnológico de Celaya.
- Caldera, D., León, S. y Sánchez, M. (2017, septiembre). *Desafíos para el Desarrollo de Programas y Ecosistemas Universitarios de Emprendimiento en México*. Documento presentado en el Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos CICA 2017.
- Comisión de las Comunidades Económicas Europeas (2003). *El libro Verde. El Espíritu Empresarial en Europa*, Publicaciones de la DG Empresa.
- Duarte, T. y Ruiz Tibana, M. (2009). *Emprendimiento, una Opción para el Desarrollo*. *Scientia Et Technica*, XV(43) 326-331. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Fandiño, L. y Bolívar, M. (2008). *Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado pontificia*. Tesis. Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

- Gibb, A. (2011). Espíritu empresarial: Soluciones únicas para ambientes únicos. ¿Acaso es posible lograr esto con el paradigma existente?. Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial. Volumen 2. Santiago de Chile: Educación Empresarial.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2015). Global report 2015/16. Estados Unidos: 131, 135, 139, 147 y 151. Recuperado el 09 de octubre de 2017, de <http://www.gemconsortium.org/report>.
- González-Millán, J., y Rodríguez Díaz, M. (2008). Diagnóstico y valoración del nivel de desarrollo del espíritu empresarial (Entrepreneurship) de los estudiantes de la Facultad seccional Sogamoso de la UPTC. Pensamiento & Gestión, (24), 225-255.
- Guzmán, L. (2004). Emprender desde las aulas. Entrepreneur México, 12(10), 20-21.
- Guzmán, J. y Santos F.J. (2010). El Comportamiento Emprendedor de los Alumnos de la Universidad de Sevilla. Madrid, España.
- Lezana y Tonelli (1996). Emprendimiento. Revista Futuros. Vol. II. Núm. 6. 2004. Recuperado de: <http://www.revistafuturos.info>
- Hernández, C. y Arano, R. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. Revista Ciencia Administrativa 2015-1. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2017). Comunicado de prensa núm. 547/17. Actualización de la Medición de la Economía Informal, 2003-2016 preliminar. Año base 2013.
- Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review. 88(6). 1-11.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., y Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. Revista De Psicología del Trabajo y de Las Organizaciones, 22(1), 75-99.
- Organización Internacional de Trabajo [OIT] (2016). El desempleo juvenil está aumentando de nuevo en el mundo. Recuperado el 30 de junio de 2017, de http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_513736/lang--es/index.htm
- Palomares, D., y Chisvert, M. J. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. Revista de Docencia Universitaria, 12(2), 205-230.
- Restrepo, L.F., Vélez, C. y Mejía, D. (2012). Percepción sobre emprendimiento empresarial por parte de estudiantes del programa de Ciencias Pecuarias de la Universidad de Antioquia. Revista Virtual Universidad Católica del Norte, Febrero-Mayo, 234-253.
- Suárez-Álvarez, J, & Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Situación actual y líneas de Futuro. Papeles del Psicólogo, 37 (1), 62-68.
- Varela, R., Martínez-Romero, A. C. y Peña, A. T. (2011). Intención de los estudiantes de la Universidad ICESI hacia la creación de empresa. Estudios Gerenciales, 27(119) 169-186. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21220043008>

Dimensiones del capital organizacional en el emprendimiento del sector de las estéticas

José Felipe Ojeda Hidalgo, Dolores Guadalupe Álvarez Orozco,
María Guadalupe López González, Laura Patricia López López

Resumen

La presente investigación muestra los resultados de entrevistas realizadas a dueños de estéticas, sobre las causas por las cuales iniciaron su negocio. Las respuestas fueron contrastadas con la teoría del capital organizacional y se categorizaron. Las seis dimensiones del capital organizacional fueron identificadas aunque en distintas frecuencias. La dimensión financiera fue la más mencionada por los entrevistados en un 24.3% de las ocasiones, seguida por el capital tecnológico con un 21.4%, el capital simbólico y el capital social fueron identificados en el 15.7% de las declaraciones de los entrevistados, el capital cultural el 12.9% y el capital comercial el 10%. Se hace evidente que si bien, el capital financiero es primordial para el inicio en el sector de las estéticas, el financiamiento rara vez viene del sistema financiero formal, son comunes los préstamos familiares, o el apoyo familiar en lo que respecta al préstamo del espacio o los insumos iniciales para comenzar el negocio.

Palabras clave: Capital organizacional, estéticas, emprendimiento.

Abstract

This research shows the results of interviews with owners beauty shop, with respect to the reasons why they started their business, the responses were contrasted with the theory of organizational capital and responses were categorized. The six dimensions of organizational capital were identified although at different frequencies, the financial dimension was the most mentioned by respondents in 24.3 % of cases , followed by technological capital with 21.4 % , the symbolic capital and social capital were identified in 15.7 % of the statements of the interviewees, the cultural capital 12.9 % and 10% commercial capital . It becomes clear that although financial capital is essential for initiation in the field of beauty shop, financing rarely comes from the formal financial system, loans are common relatives or family support in regard to loan space or initial input to start the business.

Key words: Organizational capital, beauty shop, entrepreneurship.

Introducción

El fenómeno del emprendimiento ha ocupado a diversos investigadores desde mediados del siglo XVIII, ¿qué es lo que los lleva a emprender? Sin embargo, durante mucho tiempo han sido más celebrados que estudiados. No fue sino hasta los años de la posguerra, en la década de 1950 que en los Estados Unidos comenzaron a preocuparse por este fenómeno, debido a que la evidencia mostraba que aún las empresas más sólidas, no estaban exentas de la bancarrota, en la década de 1980 hubo un repunte en el abordaje del tema, mismo que volvió a retomar fuerza a principios de siglo.

Las primeras investigaciones se han concentrado en generalizar las causas, las habilidades y los aprendizajes del fenómeno del emprendimiento, sin embargo, estudios recientes (Ojeda, Mexicano y Mosqueda, 2012 y Ojeda y Chávez, 2013) han establecido la necesidad de analizar el fenómeno del emprendimiento dependiendo del sector en el cual se pretende incursionar, toda vez que las habilidades y aprendizajes necesarios para incursionar en cada sector, serán distintos, tanto como lo sea el sector y el emprendedor mismo.

De tal suerte que de las generalizaciones de las primeras investigaciones, se ha pasado a la particularización del emprendimiento, en la búsqueda de profundizar sobre el conocimiento del fenómeno del emprendedor y la necesidad de comprender las dinámicas que tienen los emprendedores en los diferentes en los cuales se desenvuelven.

Los capitales organizaciones se han vuelto una estrategia útil, para la explicación de los fenómenos del emprendimiento, por la amplitud del rango de explicación, que abarca las diferentes facetas del emprendedor latino y sus prácticas locales, específicas y tropicalizables.

Emprendimiento

La teoría del emprendimiento ha sido ampliamente citada desde hace más de dos siglos y medio, comenzando con los estudios realizados por Cantillón (1755) quien lo conceptualizó como la persona que compra a un precio cierto y vende a un precio incierto, pasando por los estudios de Knight, (1921), Ely y Hess, (1937), Shumpeter, (1942, 1952), Chadler, (1960), Galbraith, (1967), Orth, (1963), Birch, (1979) y Katz, (1991).

La realidad, a decir de Bidhé (2001) es que los emprendedores han sido más festejados que estudiados, y ello establece la necesidad de que los estudios sobre este tema se vuelvan más críticos y propositivos, más que ilustrativo o consignaciones de casos de éxito. Entre los años de 1957 y 1982, las crisis demostraron en Estados Unidos que las grandes corporaciones no eran inmunes a las quebrantos económicos o quiebras, por lo que se comenzaron a realizar programas de emprendimiento dentro de las universidades más importantes de ese país, en México, las crisis recurrentes de

los años 1976, 1982, 1985, 1988, 1994 y 2008, propias o importadas han hecho que el emprendimiento forme parte de la forma de vida y de la economía de las familias (Ojeda, Mexicano y Mosqueda, 2012).

Diversos autores han tratado de tipificar al emprendedor, en un esfuerzo por identificar las características que los han llevado a emprender, De Souza (2005) realiza una revisión de los trabajos de Shumpeter; Mc Celland; Weber; Filion; Mc Donald; Deyen; Drucker; Lalkala; Durta; Barros y Prate; Mintzberg; Angelon; Longnecker, Mc Kinney y Moore; Leite; Carland, Hoy y Boulton; Frese, Kring, Soose y Zemple; de esta revisión emergieron las dimensiones de búsqueda de oportunidades, conocimiento del mercado, conocimiento del producto, correr riesgos, creatividad, innovación, liderazgo, necesidad de realización, proactividad y visión.

Tabla 1. Características del emprendedor

Característica	Shumpeter	Mc Cllland	Weber	Filion	Mc Donald	Deyen	Drucker	Lalkala	Dutra	Barros y Prates	Mintzberg	Angelo	Longnecker et al	Leite	Carland et al	Frese et al
Busqueda de oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X		
Conocimiento del mercado						X	X	X				X		X		
Conocimiento del producto						X	X	X				X		X		
Correr riesgos	X	X		X	X	X	X				X	X		X	X	
Creatividad		X		X		X		X	X	X		X		X	X	
Iniciativa	X	X		X					X					X		X
Innovación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Liderazgo	X	X	X	X	X		X				X					
Necesidad de realización	X	X									X				X	X
Proactividad	X	X		X											X	X
Visionario				X					X		X			X		X

Fuente: De Souza, 2005:17.

Otros estudios en este mismo sentido, se enfocan en identificar las características de los emprendedores o de perfilar sus acciones se centran en otras características, Aguilar,

Sandoval, Surdez y Gómez (2013) identificaron las dimensiones de autoconfianza, fuerza de voluntad, orientación a la tarea o resultados, aceptación del riesgo, originalidad y orientación hacia el futuro, a partir de narraciones de historias de vida.

Filion (2003) realiza una revisión a cerca de las tipologías con las que los emprendedores han sido caracterizados desde la perspectiva de diversos enfoques.

Tabla 2. Tipologías del emprendedor.

Autor	Año	Tipología	Enfoque
Smith	1967	Artesano Oportunista	Emprendedor
Collins y Moore	1970	Administrador Independiente	Emprendedor
Laufer	1974	Administrador o innovador Propietario – dirigente orientado al crecimiento Propietario que se niega a crecer pero busca la eficacia Artesano	Emprendedor
Chicha y Julien	1980	Tradicional Emprendedor Administrativo	Pequeños negocios
Vesper	1980	Individuos autónomos Constructores de equipo Innovadores independientes Multiplicadores de modelos existentes Explotadores de economía a escala Agregadores de capitales Adquirientes Artistas que compran y venden Constructores de conglomerados Especuladores Manipuladores de valores aparentes	Emprendedor
Julien y Marchesnay	1987 1996	Perpetuación, independencia, crecimiento Crecimiento, autonomía, perpetuación	Dueño – Dirigente
Filion	1988	Clásicos Cometa	Pequeños negocios
Lafuente y Salas	1989	Artesano Orientado al riesgo Orientado a la familia Administrador	Aspiraciones
Filion	1996 1999	Operador Visionario	Emprendedor
Filion	2000	Voluntario Involuntario	Auto - empleo

Fuente: Filion (2003).

Filion (2003) realiza una revisión de 100 casos de propietarios – dirigentes que iniciaron sus negocios en Quebec, seguido de un estudio empírico profundo de 20 pequeñas empresas en los países de Finlandia, Suecia, Escocia y Suiza, y a partir de ahí propone una tipología de seis tipos de propietarios dirigentes (leñador, mariposa, jugador, aficionado, convertidor y misionero), fundamentándose en la realización de un mapa de pensamiento sistémico de los propietarios – dirigentes, así como de sus valores al momento de crear la empresa.

Con lo anterior es posible afirmar que existen una multitud de tipologías, generadas a partir de diversos enfoques, por lo que ha decir de Ojeda y Chávez (2013) la decisión de emprender y las estrategias empleadas en la empresa, así como las habilidades de los emprendedores depende en gran medida del sector en el cual se esté emprendiendo.

Capitales organizacionales

El primer concepto de capital social fue establecido por Hanifan en los términos siguientes:

“esas sustancias tangibles (que) cuentan para la mayoría en las vidas diarias de la gente, denominadas: buena voluntad, compañerismo, simpatía y relaciones sociales entre los individuos y las familias que integran una unidad social... Si (un individuo entra) en contacto con su vecino y ellos con otros vecinos, habrá una acumulación de capital social, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que puede tener una potencialidad suficiente para la mejora sustancial de las condiciones de vida en toda la comunidad” (Hanifan,1916:130).

Bourdieu (1985) retoma el concepto y afirma que se trata de redes permanentes y la pertenencia a un grupo que aseguran a sus miembros un conjunto de recursos actuales o potenciales, separa su concepto en capital económico, cultural, social y simbólico.

Coleman (1988) reinserta el término de capital social en el discurso de las ciencias sociales y los define como los aspectos de la estructura social que facilitan ciertas acciones comunes de los agentes dentro de una estructura y hace énfasis en la capacidad de las personas para trabajar en equipo. Para él, el concepto de capital social debe de incluir obligaciones y expectativas, información potencial, normas y sanciones efectivas, relaciones de autoridad, organización social adecuada y organización intencional.

Para el Banco Mundial (2002) el capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y la cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. Putnam (1996) enfoca su concepto de capital social a aspectos organizacionales tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo. Sugiere la existencia de tres dimensiones para poder medir el capital social.

- a. Vertical vs Horizontal: Las relaciones se pueden desarrollar entre individuos de distinta jerarquía o entre individuos situados a un nivel jerárquico similar.
- b. Vínculos fuertes vs Vínculos débiles: Los vínculos fuertes crean mayor solidaridad entre los miembros de la red, pero los débiles permiten el acceso a un conjunto más amplio y heterogéneo de relaciones.
- c. Bridging vs Bonding: El bridging hace referencia a las relaciones con conocidos, amigos distantes y asociaciones, trata las relaciones entre miembros heterogéneos y pertenecientes a comunidades distintas, son las relaciones que establecen puentes (de ahí el nombre) y el bonding, son las relaciones entre familiares y amigos muy cercanos y pertenecientes a una misma comunidad, trata las relaciones entre miembros homogéneos, son las relaciones generadas por vínculos.

Adicionalmente al bridging y al bonding, Woolcock (1999) hace referencia a la dimensión del linking, que es la capacidad de apalancar recursos, ideas y afirmaciones desde instituciones formales y las combinaciones entre las tres establecen un componente dinámico que se van desarrollando conforme las sociedades van avanzando.

Para Narayan y Pritchett (2000) el capital social es una cierta agregación de las relaciones entre nodos, ellos proponen que el capital social:

Sea una sociedad constituida por N nodos distintos (los cuales pueden ser hogares, si se ignoran las relaciones intra hogar o individuos). Entre dos nodos i y j hay una conexión direccional (no necesariamente simétrica) que pueden llamarse la intensidad de una relación social dada entre i y j . Esta relación social puede ser desde una disposición o actitud (un sentimiento de mutua confianza, una buena voluntad para posponer la reciprocidad en el cumplimiento de las obligaciones), a una identificación de parentesco, étnica o de un grupo social culturalmente definida y construida (primos, tribu o clan) hasta una unión por vínculo social adoptado voluntariamente (un amigo o un miembro del mismo club de voluntarios) (Narayan y Pritchett, 2000:279).

Contreras, López y Molina (2011) realizan una revisión sobre el tema y realizan una propuesta de aproximación a la teoría de los capitales organizacionales, a través de seis dimensiones del capital social, el cultural, el tecnológico, el comercial, el financiero – económico, el simbólico y social.

Tabla 3. Capitales en las organizaciones.

Capital	Concepto	Dimensiones
Cultural	Denota la distribución desigual de las prácticas, los valores y las habilidades culturales que es característica de las sociedades capitalistas	Experiencia en la actividad del giro Conocimiento e innovación relativa Asesoría de un conocido Habilidades para hacer negocios Asesoría profesional

Dimensiones del capital organizacional en el emprendimiento del sector de las estéticas

		<p>Experiencia en la actividad afín</p> <p>Estudios</p> <p>Experimentación</p> <p>Adquisición del conocimiento en un manual Equipos de conocimiento especializado</p> <p>Ensayo – error</p> <p>Experiencia raquíptica</p> <p>Capacitación</p>
Simbólico	<p>Capacidad representativa que tiene la organización al interior y al exterior de sí misma, así como la orientación de las estrategias de este recurso simbólico que se objetiva en la “imagen”</p>	<p>Gusto del clientes por el producto</p> <p>Reconocimiento del producto</p> <p>Prestigio por calidad y servicio</p> <p>Proceso de posicionamiento en el mercado</p> <p>Actitud y disposición al trabajo</p>
Comercial	<p>Está compuesto por el capital social y simbólico que ha construido un posicionamiento relativo en el escenario a través de las distintas estrategias y recursos infraestructurales en un mercado determinado</p>	<p>Recomendación</p> <p>Servicios afines y diversificación de productos</p> <p>Trabajo para ganar confianza con el cliente</p> <p>Posicionamiento para mantenerse en el mercado</p> <p>Consulta al cliente</p> <p>Innovación en la formas de ventas o de creación de productos</p>
Tecnológico	<p>El capital tecnológico, que es la cartera de recursos científicos (potencial de investigación) o técnicos (métodos, aptitudes, rutinas y conocimientos prácticos) susceptibles de ponerse en juego en la concepción y en la fabricación de productos.</p>	<p>Maquinaria adecuada</p> <p>Maquinaria avanzada</p> <p>Baja maquinaria y tecnología</p> <p>Innovación en el producto</p> <p>Innovación en los procedimientos</p>
Financiero	<p>Es entendido como como el dominio directo o indirecto (por medio del acceso a los bancos) de recursos financieros, que son la condición necesaria para la acumulación y la conservación de todas las formas de capital.</p>	<p>Ahorro</p> <p>Apoyo financiero de remesas de migración</p> <p>Apoyo económico familiar</p> <p>Financiamiento de acuerdo con posibilidades</p> <p>Ahorro por temporadas</p> <p>Inversiones en capital variable</p> <p>Préstamo derivado de caja de ahorro</p> <p>Préstamo financiero no especificado</p> <p>Dispositivo de eficiencia</p> <p>Compra de negocio</p> <p>Apoyo gubernamental</p>

Social	conjunto de recursos movilizados a través de una red de relaciones más o menos extensa y más o menos movilizable que procura una ventaja competitiva al asegurar rendimientos más elevados de las inversiones	Colaboración familiar Articulación con otras empresas Colaboración familiar política Fusión entre empresas Inversión de familia de migrante Apoyo económico familiar Ganar confianza con sus clientes Actividades paralelas Apoyo de conocidos Herencia familiar Apoyo y orientación de gobierno
--------	---	--

Fuente: Elaboración propia con información de Contreras, López y Molina (2011).

Las dimensiones del capital social de la organización son poco visibles, sin embargo juegan un papel fundamental al momento de tomar la decisión de emprender.

Método

Esta investigación fue abordada desde una aproximación cualitativa de exploración hermenéutica en la interpretación de la doxa, y en la aproximación de la contextualización organizacional, en la cual se cuantifican algunos resultados de forma descriptiva, se tomó como eje la incitación a platicar sobre la historia de su estética. A partir de sus respuestas se realizaron análisis sobre el discurso, sus entramados sociales y culturales para generar las interpretaciones que se presentan. La muestra estuvo compuesta de 30 dueños o gerentes de estéticas, los cuales fueron abordados con entrevistas semi estructuradas, se seleccionaron las ciudades de Cortazar, Celaya y Salamanca por ubicarse en el centro del estado de Guanajuato.

La muestra se compuso de un 10% de entrevistados del género masculino y un 90% del género femenino, dentro del género masculino un 66% se declararon homosexuales y un 33% como masculino heterosexual. Las edades de los entrevistados se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Edades de los entrevistados.

Rango	Porcentaje
25 – 30	36.4%
31 – 35	27.3%
36 – 40	13.6%
41 – 45	4.6%
46 – 50	9.1%
51 – 55	0.0%
56 – 60	9.1%

Fuente: Elaboración propia.

El tiempo de vida de las estéticas fluctuó entre los 3 años y los 35 años, el 62.5% de los locales eran rentados y el 37.5% restante de propiedad del dueño de la estética. El capital con el que comenzaron su negocio, según las declaraciones de los dueños estuvo entre los \$13,000 y los \$40,000.

Resultados

En cuanto al capital social se identificaron las siguientes expresiones:

E1: Hace 14 años trabajaba en una casa haciendo la limpieza y mi jefa era muy condescendiente conmigo y pues yo la peinaba, le pintaba el pelo y le hacía manicure [...] ella me fue a inscribir a la Academia de belleza [...].

E8: [...] lo que paso fue que acompañe a mi mejor amiga ahí, al Imagen, ella estudio ahí, y ya vez que te piden un modelo para que hagas como exámenes y pruebas de lo aprendido, pues yo fui su modelo y ahí le agarre gusto [...]

E10: Comenzó como un juego entre amigas y lo pensamos en grande, así que tomamos la decisión y abrimos una estética [...]

E16: Bueno, en realidad yo dure trabajando en un negocio de mi hermana, dure con ella seis años [...]

E17: [...] entonces ahí le surgió la idea, porque en sí ella no es estilista, pero le gusta, le gusta todo esto [...] pues ya puso la estética y ya, ahora sí a conseguir estilistas [...]

E18: ¿Cómo comenzó?, he, trabajaba con mi papá [...]

E23: Bueno en realidad era de mi mamá, ella fue la abrió hace, pues ya treinta años, y pues yo seguí con ella [...]

E25: [...] vine de vacaciones aquí, a visitar a una hermana y pues ella y un joven que conocí en esa época me animaron a que me quedará [...] pues ayudada por mi hermana y mi cuñado [...]

E26: [...] mi cuñado me dijo, si quieres vente para acá, te presto el local donde meto mi camioneta y aquí lo pones, lo que te caiga [...]

E27: [...] inicie con una amiga que salimos juntas [...]

E28: [...] y mi mamá no me creyó, pues porque pensaba que a lo mejor era como un hobby, que a lo mejor estaba harta de estar estudiando, me mando a una escuela en Irapuato, termine, entonces como vio que era lo mío, me mando a estudiar a Jalisco [...]

E30: Yo empecé a trabajar con mi espejo, mi tocador, con las sillas del comedor de mi mamá [...] luego conocí a mi esposo, me casé y él siempre me apoyo, él siempre me apoyo, cuando empezamos a andar como novios, me dijo, yo tengo un amigo carpintero te va a hacer los tocadores, y ya me empezó a adaptar más el salón y así fui creciendo [...] cuando mi mamá murió me dejo este pedacito y se lo agradezco mucho porque aquí fue donde siempre me desarrollé [...]

Los entrevistados evidencian a través de sus discursos, la importancia que tiene el núcleo familiar y el grupo de amistad cercano en lo que se refiere al apoyo en el desarrollo de la idea de negocio (E1, E8, E10, E16, E25, E26, E27, E28, E30) dos entrevistados expresan que continuaron con el negocio de la familia, uno de su papá (E18), otro de su

mamá (E23), es importante resaltar que este negocio también funciona como inversión, siempre y cuando se tenga al personal capacitado para operarlo (E17).

Se identificaron expresiones relacionadas con el capital cultural:

E3: He trabajado mucho, siempre es cierran puertas por la discriminación a las personas homosexuales, pero yo no me puedo quejar, me ha ido muy bien [...]

E8: [...] primero quise aprender para mi propio beneficio, o sea para arreglarme yo, mi familia, amigas, etc. [...]

E9: [...] La estética se llama así por mis dos hijos, uno es Iker y el otro Miguel y pues bueno todo lo que hago va por ellos [...]

E15: Bueno pues me gustaba, me gustaba peinar, pues todo lo de la belleza me gustaba [...]

E17: ¿El por qué la pusieron?, bueno pues mi jefa era mucho de ir a las estéticas [...] y le gusta arreglarse mucho y así entonces le gustaba ir mucho a Calónicos [...]

E20: Porque toda la vida me ha gustado [...]

E24: Bueno, antes que la historia de la estética hay otra historia que es la mía, y creo que un poquito, bueno, van de la mano [...]

E28: [...] mi mamá me jalaba mucho el cabello, le dije no, yo solita me peino, entonces yo peinaba a mis hermanas, las maquillaba, me enseñé a hacer peinados en la trenza, yo sola con mi propio cabello [...] me divorcie y decidí venirme otra vez a mi casa [...] soy feliz haciendo lo mío.

E30: [...] Dios siempre me ha socorrido. Dios ha sido bueno conmigo [...] pasó el tiempo, y yo con mis hijos siempre trabaje aquí, con mis hijos [...] la verdad que nuestro señor ha sido bueno conmigo [...] la tenacidad de seguir yo creo que viene de Dios. Y pues yo estaré aquí hasta que Dios quiera [...]

Los entrevistados muestran diversas facetas culturales típicas del centro del país, si bien la discriminación hacia los homosexuales no es abierta y agresiva, si existe una segregación, tanto social (“yo no tengo problemas con los homosexuales, siempre y cuando no se metan conmigo”) como laboral, existen actividades en las que los homosexuales son laboralmente aceptados sin mayores problemas, como en el sector de estéticas. Existen, también declaraciones que llevan la justificación de sus acciones hacia narraciones de la infancia, explicaciones por origen divino y las netamente financieras y comerciales.

En cuanto al capital simbólico fue posible detectar las siguientes aseveraciones:

E3: [...] pero pues obvio, yo quería algo más “nice” y pues me he esforzado mucho, como puedes ver, mi estética, toda, es producto de mis esfuerzos [...] y lo voy a seguir haciendo, preparándome para ser mejor cada día.

E4: [...] empecé yo sola [...] cumpliendo los objetivos que me proponía, nada más.

E11: [...] mi idea era poner mi salón [...]

E16: [...] en realidad después tuve la oportunidad de independizarme y ya ahorita, actualmente, ya tengo 9 años.

E18: [...] ya después quise independizarme y ahí fue donde empezamos, puse la estética y empezamos, ahora sí que desde abajo.

E19: [...] la maestra ocupaba puras personas como que les gustará el trabajo [...] todas se peleaban por adquirir un lugar ahí, pues a mi me habló, ella los elegía, a los que les

viera más interés.

E20: [...] ¿cómo empecé? Con bien hartas dificultades [...]

E26: [...] pero de todos modos es un arriesgue y pues me vine a algo nuevo y es que siempre traes la duda si sí va a pegar o no, porque allá ya nos conocían, duramos mucho tiempo, pero sí, gracias a Dios, pues la gente que nos conoce nos siguió.

E27: [...] nos empezó a ir muy bien y quisimos iniciar otro curso para actualizarnos y no quedarnos atrás, enseguida, pues, en Irapuato, ya después de ahí yo me quede sola trabajando, porque ella sí siguió, allá en Irapuato, estudiando, y yo me quede a atender el negocio, porque la gente pues nos buscaba y como nos íbamos a estudiar otra vez, pues no, se quedaba la estética cerrada, y ya decidí seguirle yo sola.

E28: [...] y comenzar otra vez, con retos y todo [...]

E30: [...] este negocio me dio mucho, a lo mejor estoy en otra etapa, pero este negocio me dio mucho y mucho no nada más estoy hablando de dinero, que también me lo dio [...].

Es evidente la sensación de logro y orgullo de los entrevistados al momento de hablar sobre lo que el negocio se significa para ellos, sobre todo en el sentido de consecución de metas E3, E4, E19, E27, y E30, se muestra también un alto énfasis en el hecho de conseguir ser independientes E11, E26 y E18, la satisfacción de superar obstáculos durante el proceso de consolidación del negocio también se hace evidente E20, E26 y E28.

Dentro del discurso, los entrevistados dejan entrever afirmaciones sobre el capital tecnológico:

E1: [...] pero esto es porque se me facilitaba, yo en realidad no tenía estudios [...] ella me fue a inscribir a la Academia de Belleza [...] fui empleada en otra estética termine el curso en el instituto y me puse a trabajar luego luego [...]

E2: Pues yo termine la prepa y la verdad como que ya no quise seguir estudiando, me me metí al Instituto Imagen [...] termine el curso en el instituto y me puse a trabajar luego luego [...]

E3: Mi mamá se dedicaba la estilismo, y a mi desde chico me encantaba verla y aprendí de vista con ella [...] me he ido a Estados Unidos a hacer talleres y cursos de belleza [...]

E4: [...] un año después de terminar la prepa abrieron un instituto y fui a preguntar y todo, y empecé a estudiar [...]

E9: [...] pues me llamo la atención lo de la belleza y me metí a las clases [...]

E11: [...] estuve en una academia llamada Imagen, estude un año ahí [...] después de dos años volvía reiniciar un curso de un año y medio en la Academia Santa María, lo termine y me capacite en Celaya en uñas [...]

E12: [...] pues estude desde chica [...]

E13: Todo empezó porque me llamaba la atención este tipo de cosas, los cortes, los peinados y demás, entonces decidí capacitarme para probar suerte [...] tome varios cursos [...]

E14: [...] pero busque el tiempo para capacitarme [...]

E19: Pues mira, estude del '87 al '88, este, en un instituto, se llamaba Academia Cecy's [...] trabaje con ella dos años, con la misma maestra, tenía estética, para adquirir experiencia [...]

E21: Bueno yo inicié en Sebastian Querétaro, que está también en Galerías, yo vengo de Guadalajara, hace dos años empecé a trabajar en la empresa, y ya de ahí me hicieron la propuesta de venirme acá a Celaya.

E24: [...] yo inicié hace 30 años cuando tenía exactamente 14 años e inicié a trabajar todo a lo que peluquería se refiere, inicié en la Ciudad de México y actualmente en la ciudad de Salamanca hace 18 años [...]

E25: Mmmmm pues mira, este, yo estude en los Estados Unidos, trabaje dos años allá, en este, un salón de la tienda, Macy's [...]

E27: [...] dure año y medio estudiando y enseguida puse la estética [...]

E28: [...] termine la prepa y me puse a estudiar un semestre de arquitectura, pero decidí que eso no era lo mío [...] yo me voy a poner a estudiar belleza [...] me mando a una escuela en Irapuato, termine, me mando a estudiar a Jalisco [...] luego termine cosmetología y me fui a Guadalajara a trabajar en una estética muy bonita, un SPA [...] y ya después puse mi salón yo solita [...]

Parece claro que para emprender en este sector es necesario prepararse, de las declaraciones es posible observar que están presentes dos formas de aprendizaje, el formal es el que predomina, aunque también es posible visualizar el aprendizaje informal E1, E2, E9, E13 y E24; es de llamar la atención que la decisión de emprender en este sector se concentra durante el periodo de terminar la preparatoria y terminar la universidad, aunque existe quien declara que el oficio les gusta de toda la vida E1, E3, E12 y E24 y existe el caso de quien se salió de la carrera formal para dedicarse a este sector E28.

El capital comercial también se evidencia dentro de las actividades de los entrevistados, como una actividad más a considerar:

E2: Hace cinco años abrí mi local [...] mientras estudiaba en Imagen, trabajaba a domicilio cortando el cabello, haciendo depilaciones, cosas sencillas, etc.

E11: [...] después empecé a trabajar en una estética llamada Acuario [...]

E13: [...] enseguida comencé a trabajar con una señora que ya tenía su estética [...]

E17: [...] de hecho una chava que ya trabajaba en calónicos fue la que le ayudo a iniciarla [...]

E23: [...] ya estaba la estética cuando yo llegue a trabajar.

E26: [...] tenía bastante clientela, que es la misma de aquí, y este, tiraron el local, o sea, por hacer el desnivel, lo tiraron y dos años estuvimos enfrente [...] pero tampoco había mucha gente por allá, lo que pasa es que estaba la clientela, pero no había dónde estacionarse [...] una clienta nos decía véngase para acá, no hay estéticas aquí [...]

E28: [...] porque aquí era un salón de belleza [...]

Es posible identificar que básicamente, las personas que se dedican a esta actividad buscan hacer su clientela desde el inicio, se entiende que su principal estrategia comercial es la recomendación boca a boca. Existe identificación de oportunidades como locales en traspaso, o retomar una estética que ya estaba, o incluso mejorar el local con instalaciones tales como estacionamiento.

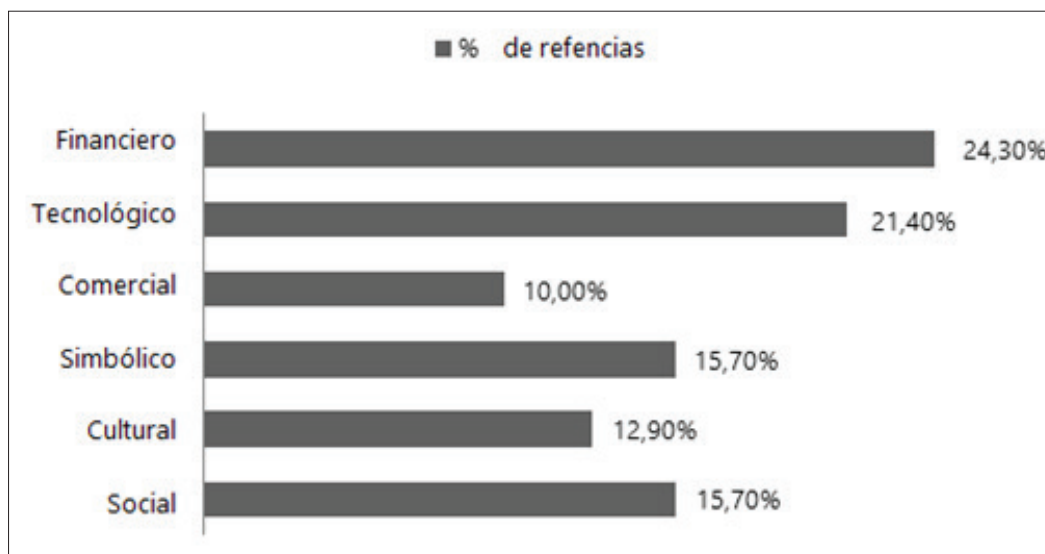
El capital financiero fue identificado por los entrevistados a través de las siguientes aseveraciones:

- E1: [...] ella me pago el curso y así fue como estudie [...]
- E2: [...] y pues mi esposo me ayudo a iniciar, él me dio el dinero para comprar lo básico [...]
- E3: [...] antes trabajaba en una pizzería y tenía un negocio de ropa, pero cuando tuve un buen guardadito fue cuando abrí mi estética [...]
- E4: [...] ahorrando [...]
- E8: [...] pedí un financiamiento y pues así empecé [...]
- E11: [...] lo deje porque el material era muy caro y no tenía tiempo ya que trabajaba y estudiaba [...]
- E12: [...] yo ya tenía un negocio desde antes de casarme [...]
- E14: Me gustaba mucho mi profesión, yo tengo otro trabajo actualmente [...]
- E17: [...] ella tiene dinero [...] esto era una mueblería de, de, era muy rustico, muy animal print, de ahí pues ya puso la estética [...]
- E19: [...] me traspasaron un local, pero nada más [...]
- E24: [...] iniciamos en un local rentado y luego compramos esta casa [...]
- E25: [...] esta casa era de mi abuela y ella me dio lo que era la sala de la casa para que lo pusiera [...] así fue que empecé a trabajar aquí [...]
- E26: Mi estética, comencé, como hace 15 años con un espejo y una silla [...]
- E27: [...] la empecé en mi casa, la casa de mi mamá, en aquel entonces vivía con mi mamá, ahí la empecé, este, con un tocador que ella me presto y sus sillas de ahí de la casa [...]
- E28: [...] al menos ahorita ya no invierto en lo que sea de mi bolsillo, ya no, solito se paga [...]
- E29: [...] el local es mío [...]
- E30: [...] el local que esté en Tenixtepec los compramos entre mi esposo y yo, y así nos fuimos haciendo de nuestra casa, de muchas cosas, nunca, nunca sacamos un crédito para pagar nada, todo lo íbamos guardando, entonces nunca pagamos intereses [...]

Es de llamar la atención de que en este sector casi nadie utiliza los créditos comerciales para crecer el negocio, se identificó solamente un comentario al respecto E8, la gran mayoría se apoyan en dinero de familiares o amigos E1, E2, E25, E26 y E27 o en la reinversión de utilidades del mismo negocio o de otro que ya tenían iniciado E3, E4, E12, E24, E28, E29 y E30, además se muestra un claro sentido de oportunidad al aprovechar traspasos de locales o alguna otra oportunidad comercial E17 y E19.

A través de los discursos de los propietarios y propietarias de estéticas se identificaron 70 referencias a los capitales organizacionales, mismas que se distribuyeron de la siguiente forma:

Figura 1. Porcentaje de referencias.



Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación.

Conclusiones

Los oficios que se aprenden en las primeras dos décadas de vida han demostrado ser una alternativa viable de trabajo, una gran parte de la sociedad se autoemplea desarrollando estos oficios y algunos generan empresa a partir de ellos.

El sector de las estéticas es un sector que ha evolucionado de la barberías, ambientes primordialmente masculinos, a las estéticas, ambientes primordialmente femeninos, al grado de convertirse en una alternativa profesionalizante propia de este género. Por este hecho, también se ha convertido en un refugio de personas homosexuales, mismas que se mueven un ambiente más de segregación sexual que de discriminación.

Las referencias a los capitales organizacionales se dieron mayoritariamente en el capital financiero, en el cual, los entrevistados declaran que primordialmente iniciaron su negocio a partir de ahorros o de apoyo de familiares, únicamente un entrevistado declaró haber obtenido un financiamiento. El segundo capital más mencionado fue el capital tecnológico, ya que este oficio, si bien se comienza por gusto, es necesario irlo aprendiendo, la mayoría de los entrevistados declararon que aprendieron el oficio en las llamadas academias de belleza y haber tomado cursos de actualización, incluso declaran tener cédulas que los acreditan para ejercer la profesión, no obstante, también existe quienes aprendieron debido a que, su padre o su madre (ambos casos se encontraron), ya se dedicaban al oficio del corte de cabello.

En cuanto al capital simbólico, son claras las referencias que se hacen al hecho de sentir satisfacción u orgullo por lograr objetivos, superar dificultades o la independencia alcanzada con su negocio, es evidente que en todos los casos, los negocios significan

más que una simple fuente de obtención de dinero.

El capital social también se hace evidente en las declaraciones de apoyo con que se contaron por parte de amigos y familia cercana, dichos apoyos fueron desde el simple soporte emocional y anímico, hasta el hecho de cubrir financieramente la capacitación, o los gastos del arranque inicial, o el apoyo de facilitar el espacio para iniciar la actividad.

Finalmente el capital comercial fue el menos identificado por parte de los entrevistados, aunque existen estrategias claras que buscan fortalecer acciones tales como la recomendación, servicios afines, oportunidades, ganar la confianza del cliente, posicionamiento, consulta o innovación en la prestación del servicio. El principal capital comercial que se evidencia es la recomendación boca a boca, o lo que ellos llaman "hacer clientela" aunque existen otras estrategias tales como mejorar su establecimiento con estacionamiento o buscando locales que lo tengan, o localizando traspasos de estéticas.

Es posible identificar los capitales organizacionales dentro de diversos giros y sectores empresariales o comerciales, sin embargo, identificar específicamente para cada giro o sector es un trabajo valioso para establecer políticas y estrategias que ayuden a que estas iniciativas tengan cada vez más éxito.

Bibliografía

- Aguilar, N., Sandoval, M., Surdez, E. y Gómez, S. (2013). Characteristics of entrepreneurs of small business in Tabasco, México, Review of business and finance studies, vol. 4, No. 1.
- Banco Mundial (2002) Cuestionario integrado para la medición del capital social. Grupo Experto en Capital Social, Washington D.C.
- Bidh , A. (2001) Origen y evolución de las empresas, Ed. Oxford.
- Birch, D. (1979) The Job Generation Process, MIT, Department of Urban Studies and Planning, unpublished MS.
- Cantillon, R. (1755) Essai sur la nature du commerce en général. Ed by Mark Thorton. 1755.
- Chadler, A. (1962) Strategy & Structure: Chapters in the history of the industrial enterprise, MIT Press, Cambridge.
- Contreras, R., López, A. y Molina, R. (2011) Emprendimiento dimensiones sociales y culturales en las mipymes, Editorial Pearson.
- De Souza, E. (2005) Empreendedorismo: da g nese   contemporaneidade, en Souza, E. y Guimarães, T. Empreendedorismo além do plano de negocios, Sao Paulo: Atlas.
- Ely, R. y Hess, R. (1937) Outliness of econmics, 6a Edición. N.Y. Mc Millan.1937 Estrategias diversas, diagnósticos específicos. www.campusred.net
- Filion, J. (2003). Six types of small business owner – manager. En Genesca, E., Urbano, D.,

- Capelleras, J., Guallarte, C., y Verges, J. (Eds.) Creación de empresas, entrepreneurship. Homage to profesor José María Veciana Verges. Bellaterra, Barcelona, España, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Galbraith, J. (1991) *The New Industrial State*. Princenton University Press. 1967.
- Hanifan, L. (1916). The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and social science*, 67, pp. 130 – 138.
- Katz, J. (1991). The institution and infrastructure of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 85-102.
- Knigh, F. Risk, (2010) uncertainty and profit, (version electronica). Boston MA; Hart, Schaffner y Marx. Recuperado 23 de agosto 2010 de: <http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html>
- Narayan, d. y Prichett, L. (2000) *Social Capital: Evidence and Implications*, en Dasgupta, P. y Serageldin, I. (Eds) *Social Capital: A Multifaceted Perspective* Washington, D.C. The World Bank
- Ojeda, J. y Chávez, Y. (2013). Causas del emprendimiento en el sector de cerrajerías en un municipio de la región Laja – Bajío, VIII Congreso de la Asociación Mexicana de Estudios del Trabajo, León, Guanajuato, 13 – 15 Noviembre.
- Ojeda, J., Mexicano, A., Mosqueda, M. (2012) Causas de inicio y quiebre de pymes en un municipio de la región Laja – Bajío. *Voces de los empresarios*, 6º Coloquio de Investigación Nacional e Internacional de Cuerpos Académicos, 20 – 22 de junio 2012.
- Orth, Ch. (1963) *Manager and Scientist; some human problems in industrial research organizations*. Boston, División of research. Graduate School of Bussiness Administration, Harvard University.
- Putnam, R. (1996) *The strange Disappearance of civic America*, *The America Prospect*, 24, Invierno, pp. 34 – 48.
- Shumpeter, J. (1952) *Can capitalism survive?* N.Y. Harper & Row
- Woolcock, M. (1999). *Managing risk, shocks and opportunity in developing economies: the role of social capital*. Development research group, The World Bank.

Caracterización de los rasgos de personalidad emprendedora en universitarios de Salinas de Hidalgo

Armando Sánchez Macías, Virginia Azuara Pugliese, Ma. Lourdes Martínez Cerda,
Laura Araceli López Martínez, William Fernando Valdivia Altamirano,
Edgar Alejandro Berrospe Ochoa, Juan Ángel Morales Rueda

Resumen

El emprendedurismo es la tendencia de los individuos por aprovechar oportunidades que conduzcan a realizar cambios en la forma de hacer las cosas en la organización o en la creación de un nuevo negocio, orientándose a actividades legales y formales. La educación influye de manera notable en los emprendedores, la enseñanza no convencional es un factor relevante, elevando el espíritu emprendedor y empresarial. El presente es un estudio descriptivo-correlacional con enfoque cuantitativo, transversal y no experimental. El objetivo de la presente investigación es el de identificar los niveles de los rasgos de personalidad y actitudes asociados al emprendedurismo así como su relación con indicadores socioeconómicos y de experiencia laboral. La población de estudio fueron los estudiantes de la CARAO¹ de la UASLP con un muestreo de tipo censal. Se utilizó el cuestionario BEPE. Se determinó que las dimensiones autonomía, locus de control y optimismo fueron las que tuvieron una moda más alta en valores positivos. No se encontró evidencia de que los alumnos que estudian Administración tengan más desarrollados los rasgos de emprendedurismo. El tener más tiempo en la Universidad no arrojó una relación estadísticamente significativa con los rasgos de emprendedurismo. Se encontró que el tener experiencia laboral y haber pertenecido a una familia de tradición emprendedora si tiene una relación estadísticamente significativa con los rasgos de emprendedurismo.

Palabras claves: Personalidad emprendedora, estudiantes universitarios, educación para emprendedurismo

Abstract

Entrepreneurship is the tendency of individuals to take advantage of opportunities that lead to changes in the way of doing things in the organization or in the creation of a new business, focusing on legal and formal activities. Education influences entrepreneurs remarkably therefore, the nonconventional teaching is a relevant factor that can increase the entrepreneurial spirit. The present is a descriptive-correlational study with a quantitative, transversal and non-experimental approach. The objective of the present research is to identify personality traits and attitudes associated with entrepreneurship as well as the

¹ CARAO: Coordinación Académica Región Altiplano Oeste.

relationship with socioeconomic indicators and work experience of participants. The participants in the study were university students from CARAO- UASLP taken from a census type sample. The BEPE questionnaire was used. The results show a higher mode in autonomy, locus of control and optimism dimensions. There was no evidence that students enrolled in the Administration program had more developed personality traits for entrepreneurship. Having more time in the university did not show a statistically significant relation with the traits of entrepreneurship while having work experience and having belonged to a family of entrepreneurial tradition showed a statistically significant relationship with entrepreneurship traits.

Keywords: Entrepreneurial personality, university students, entrepreneurship education.

Introducción

De acuerdo con el reporte 2016-2017 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2010, que estudió 61 economías que cubren el 69.2% de la población mundial adulta y el 84.9% del PIB mundial, los empresarios son percibidos -por poco más de dos tercios de los encuestados- como personas que tienen alto estatus dentro de la sociedad, el 60% cree que los empresarios atraen la atención de los medios. Dos tercios de las economías impulsadas por la eficiencia consideran que comenzar un negocio es una buena opción de carrera en comparación con un 60% de las economías impulsadas por factores e innovación. África es la región donde se tienen actitudes más optimistas respecto al emprendimiento -tres cuartas partes considera que comenzar un negocio es una buena opción de carrera- el 77% ve a los empresarios como personas admirables. En contraste, América Latina y el Caribe (ALC) reportan la menor proporción de adultos que creen que los empresarios son muy respetados (63%), mientras que Europa tiene la menor creencia en el emprendimiento como una buena carrera (58%) y la menor publicidad en medios para esta actividad (55%).

El 42% de los entrevistados detecta buenas oportunidades para trabajar, más de la mitad de los adultos en las economías impulsadas por los factores y la eficiencia consideran que cuentan con las habilidades necesarias para iniciar un negocio y la tercera parte de estos encuentra el miedo al fracaso como un inhibidor en la búsqueda de oportunidades empresariales. El 22% de las 64 economías tienen la intención de iniciar un negocio en los siguientes tres años. En África se reporta el nivel más alto de intención empresarial (42%) mientras que en América Latina existe una mayor percepción de capacidad más alta para lograrlo (63%) y la segunda tasa más alta de intención emprendedora con un 32% (GERA, 2017).

La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA por sus siglas en inglés) es uno de los índices analizados por el GEM y mide las iniciativas empresariales entre 0 y 3.5 años en el mercado sobre la población adulta de un país; este periodo de tiempo es considerado como decisivo para los emprendedores. Las tasas más altas de TEA corresponden a

América Latina y el Caribe y África. En el caso de ALC, la TEA media en 2013 fue del 18.5%. Un total de seis países presentaron una TEA superior a la media de la región: Ecuador (36%), Chile (24,3%), Colombia (23,7%) y Perú (23,4%). Por debajo de este promedio se sitúan Brasil (17,3%), Argentina (15,9%) y México (14,8%). En contraste a lo anterior, poco menos de una quinta parte de los adultos se dedican a la actividad emprendedora (RedEmprendía, 2014; GERA, 2017).

De los encuestados en 2016 tres cuartas partes dijeron que su principal motivación para la búsqueda de oportunidades de negocio son sus aspiraciones empresariales, mientras que dos tercios de las economías impulsadas por factores fueron motivados por necesidad; lo mismo pasa con las economías impulsadas por eficiencia (71%) por otro lado, en economías impulsadas por la innovación el principal motivante es la oportunidad. En ALC los emprendedores motivados por necesidad son poco más del 25%, los países que muestran índices más altos en esta región son Guatemala, Panamá y Brasil. Por otro lado, Barbados, Uruguay y México tienen las tasas más altas de emprendimiento por oportunidad mostrando índices similares a las economías impulsadas por la innovación, principalmente en Barbados y México.

En cuanto al entorno emprendedor en ALC, según el Reporte Regional del GEM 2016, las políticas gubernamentales han presentado un bajo rendimiento a excepción de Chile, México y Ecuador, donde el apoyo gubernamental se clasifica como moderado. Por otro lado, todos los países de la región mostraron calificaciones bajas en cuanto a calidad y suficiencia de educación emprendedora en etapa escolar por lo que no se estimula la creatividad, eficacia o iniciativa. Existe un bajo nivel de desempeño en transferencia de I&D, solo en México y Uruguay los especialistas creen que la ciencia y tecnología disponible permite la creación de empresas competitivas basadas en tecnología. Tras el estudio realizado los expertos se han identificado como áreas claves la necesidad de políticas de apoyo al emprendimiento, financiamiento de emprendedores, contexto político y social y acceso a la información (Bartesaghi y otros, 2016).

Antecedentes teóricos

El emprendedurismo es un concepto que puede definirse como todas aquellas acciones humanas que conducen a cambios en la división de trabajo (Michael, 2007). Por otro lado, Crissien Castillo (2009) lo describe como el proceso por el cual los individuos, ya sea por iniciativa propia o por pertenecer a una organización, aprovechan las oportunidades sin importar si en el momento tienen control sobre los recursos. En este sentido, los autores coinciden en tres puntos: a) el emprendedurismo engloba las acciones humanas que conducen al inicio de actividades de trabajo; b) conduce a cambios en la forma de hacer las cosas y; c) consiste en aprovechar las oportunidades. Como se puede apreciar, el concepto ha evolucionado, pues, aunque en un principio se consideraba como emprendedurismo al simple hecho de conducir al cambio en algo, con el tiempo se ha vuelto mucho más específico; pasando de incluir solo las acciones

que se iniciaban con el propósito de aprovechar oportunidades, para posteriormente, incorporar el hecho de que las oportunidades también puedan ser explotadas dentro de la misma empresa. El emprendedurismo no necesariamente implica la creación de un nuevo negocio, sino que también se considera como tal a la creación de nuevos productos, servicios, procesos productivos, estrategias, formas de organización, entre otros. Finalmente, en la conceptualización más actual se ha delimitado aún más el concepto al establecer que para poder considerarse como emprendedurismo debería de pertenecer al sector formal. Con todo lo anterior, se asume en este trabajo que el emprendedurismo es la tendencia de los individuos por aprovechar oportunidades que conduzcan a realizar cambios en la forma de hacer las cosas, ya sea dentro de la misma organización de la que es parte o en la creación de un nuevo negocio, orientándose a actividades legales y formales.

Perfil del emprendedor

Un emprendedor es una persona capaz de identificar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio (Harper, 1991 citado por Alcaraz Rodríguez en 2011). Gerber considera al emprendedor como un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para impactar nuevos mercados (Gerber, 1996; citado por De Miguel Sanz en 2013), en este sentido, Zorrilla y Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010) coinciden en que el emprendedor es creador de nuevos productos y servicios para desarrollar nuevos mercados y tienen el objetivo de crear una empresa o negocio. Originalmente se veía al emprendedor como una persona confiada, poseedor de capacidades, innovación y creatividad que le ayudan a resolver problemas y detectar oportunidades. Posteriormente se ha adicionado la capacidad de utilizar estrategias para incursionar como empresario en nuevos mercados mediante la elaboración de productos y servicios, más tarde se ha considerado emprendedor también a aquellas personas que aceptan el riesgo de invertir o poner en marcha un nuevo negocio. La nueva concepción del emprendedor agrega además que ha recibido información o experiencia, es participativo y considera la creación de empresas como la carrera ideal.

Por ende, se puede definir como una persona capaz de manejar problemas y lidiar con el estrés, tiene confianza en sí mismo y hace uso de sus conocimientos, habilidades, creatividad y recursos para innovar ya sea en procesos, productos o servicios; siempre está atento a las oportunidades para crear nuevos modelos de negocio o invertir en ellos.

Características de la personalidad del emprendedor

Existe un gran número de características que son comunes en las personas emprendedoras y en los empresarios exitosos, en un principio tal vez no sean poseedoras de todas ellas, pero pueden adquirirse con el paso del tiempo. Monsalve Serrano (2013) identifica algunas de las características del emprendedor como competencias personales y sociales,

dichas competencias son habilidades estratégicas al analizar los recursos con los que cuenta el emprendedor, así como mantener relaciones con partes relacionadas (stake holders). En este sentido, es esencial que el emprendedor se conozca a sí mismo en una primera estancia o lo que Goleman (1995, citado por Monsalve Serrano,) identifica como competencia personal, e incluye determinados factores que condicionan y determinan la forma en que los individuos se relacionan con otros. Dichos factores pueden agruparse en tres dimensiones: conciencia de sí mismo, autorregulación y motivación. En la Figura 1 se pueden ver cada uno de los elementos que componen cada dimensión.

Figura 1. Competencias del emprendedor.

Conciencia de uno mismo	Autorregulación	Motivación
<ul style="list-style-type: none"> •Conciencia emocional •Valoración adecuada de uno mismo •Confianza en uno mismo 	<ul style="list-style-type: none"> •Autocontrol •Confiabilidad •Integridad •Adaptación •Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> •Motivación •Compromiso •Iniciativa •Optimismo

Fuente: Adaptado de Goleman (1995).

Los emprendedores poseen un gran número de características que los distinguen del resto de los individuos. Desde otro punto de vista Sánchez Almagro (2003), establece que las características del emprendedor son sus motivaciones, los atributos físicos, intelectuales y competencias generales que lo impulsan a emprender (ver Figura 2).

Figura 2. Características de los emprendedores.

Factores motivacionales	Características personales	Características físicas	Características intelectuales	Competencias generales
<ul style="list-style-type: none"> •Necesidad de logro, de reconocimiento, de desarrollo personal. •Percepción de oportunidad •Necesidad de independencia. Escape, refugio o subsistencia. 	<ul style="list-style-type: none"> •Iniciativa, orientación a la oportunidad y capacidad de decisión, aceptación de riesgos moderados. •Autocontrol, responsable, tolerante a la ambigüedad. 	<ul style="list-style-type: none"> •Posee energía y trabaja con ahínco. 	<ul style="list-style-type: none"> •Innovador, flexible. •Capacidad para planear y solucionar problemas. •Seguimiento sistemático de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> •Liderazgo y orientación al cliente. •Capacidad para conseguir y administrar recursos y dirigir una empresa. •Exige eficiencia y calidad.

Fuente: Adaptado de Sánchez Almagro, 2003.

Las características que determinan la personalidad de un emprendedor, desde varios puntos de vista recaen en el autoconocimiento, la autorregulación, y la motivación para alcanzar las metas y objetivos propuestos (Nadal y Bueno, 2017). Al respecto, el GEM establece una serie de factores denominados como "Condiciones de la Actividad

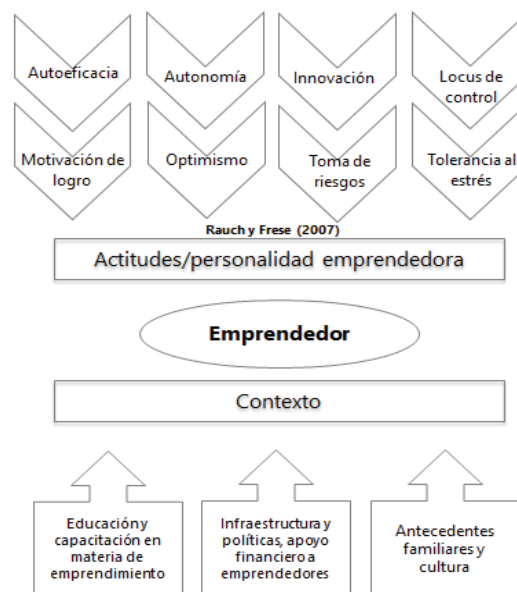
Emprendedora” y que se describen como condicionantes a partir de las cuales se evalúa el potencial de un país para impulsar el emprendimiento, tales como: el apoyo financiero, las políticas públicas, la educación y capacitación para el emprendimiento, la transferencia tecnológica y de investigación, la infraestructura comercial, la cultura, el acceso a la infraestructura física, el mercado interno y las barreras de entrada (GERA, 2017). Existen varios aspectos sociales que pueden explicar la existencia de la predisposición a emprender y que, además, motivan dicha conducta.

Pruebas de ello pueden encontrarse en el “Estudio del Perfil del emprendedor Gijonés” (2004 – 2007) el cual señala que la tradición que haya dentro de la familia respecto al ámbito empresarial puede ser en algunos casos un factor determinante a la hora de emprender un negocio, pues un 47% de los encuestados para el estudio, quienes eran en su totalidad emprendedores, afirmó contar con familiares que poseen un negocio propio; además de ello, el 46,22% de las mujeres entrevistadas afirmó tener algún familiar que posee un negocio propio y en el caso de los hombres, fue de un 48,15%. Con estos resultados, se puede apreciar la importancia de tener con antecedentes familiares empresariales al momento de decidirse a emprender un nuevo negocio (Ayuntamiento de Gijón, 2008).

Influencia de la educación en la formación de emprendedores

La educación influye de manera notable en los emprendedores; la enseñanza no convencional los ayuda a tener éxito, una gran parte de los emprendedores de éxito tienen una formación universitaria con una experiencia educativa creativa, elevando así espíritu emprendedor y empresarial.

Figura 3. Factores que determinan la personalidad de un emprendedor.



Fuente: Elaboración propia.

La educación tiene el objetivo de desarrollar la autoconfianza, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal, la capacidad de aprender a aprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades que a su vez son elementos clave en un emprendedor. Por lo anterior se puede decir que la educación ayuda a afianzar el espíritu emprendedor para el desarrollo de actividades e iniciativas empresariales (Rodríguez & Vega Serrano, 2015). En esta investigación se asume que el emprendedor está determinado por su contexto socio-cultural, el cual genera una influencia decisiva en su personalidad con dimensiones tales como: nivel educativo, políticas públicas, infraestructura disponible, experiencia familiar, entre otros. A su vez sus actitudes definen sus comportamientos, en específico nos referimos a aquellas que impactan en la personalidad emprendedora como se muestra en la Figura 3.

De acuerdo con la conceptualización realizado por Rauch y Frese (2007) los rasgos que caracterizan a un emprendedor son: autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgos. En la Tabla 1 se hace una descripción de cada una de ellas.

Tabla 1. Conceptualización de las actitudes del emprendedor identificadas por Rauch y Frese (2007).

Concepto	
Autoeficacia	La autoeficacia incluye diversos factores personales y situacionales que derivan en el autoconocimiento, la estimación de las habilidades y capacidades propias para realizar actividades específicas, la motivación y esfuerzo para actuar en ello (Bandura 1986; 1987, citado por Camposeco Torres, 2012; Tejada, 2005; Olaz, 2001 citados por Velásquez Fernández, 2012; Prieto Navarro, s/f).
Autonomía	La autonomía se refiere a la toma de decisiones propias de forma consiente y analítica. Solo se puede ser autónomo cuando los resultados de nuestras acciones son responsables y de respeto (Escuelas de familia Moderna, s/f; Sepúlveda Ramírez, 2003).
Innovación	La innovación es un proceso en el cual mediante la aplicación de habilidades y técnicas se implementan soluciones novedosas a diferentes situaciones, se crean nuevos productos, procesos y/servicios, nuevas formas de comercialización, de organización y/o aplicación de tecnologías de tal forma que le permita a la empresa aumentar su productividad y competitividad (Fagerberg et al., 2005 citado por Universidad la salle; Oslo 2005 citado por Mulet Meliá; Fernando Garcia González, 2012).
Locus de Control	El locus de control es parte de una estructura cognitiva en relación de la percepción y atribución y uno de los determinantes de pautas de comportamiento. Cuando una persona se siente capaz de controlar sus propias acciones se dice que existe un locus de control interno, en caso contrario, cuando esto se atribuye a factores ajenos a la persona el locus de control externo (Rotter, 1960 citado por Fernández Cabezas y Caurcel Cara en 2005).

Motivación de Logro	Tanto McClelland (1961) como Díaz (2001) coinciden en que la motivación de logro es el impulso interno que dirige a los individuos a actuar de una determinada manera con la finalidad de alcanzar por sí mismos las metas que se auto-proponen.
Optimismo	El optimismo es una característica de los individuos, se tiende a ver y juzgar las cosas bajo un aspecto favorable (Seligman, 2006, citado por González Arratia López Fuentes & Valdez Medina, 2012) y no solo considerar el todo como algo positivo.
Tolerancia al Estrés	El estrés puede manifestarse de dos formas, una de ellas, el eustrés, acompaña a los individuos y los impulsa a solucionar problemas, por otro lado, está el distrés que puede llegar a afectar negativamente el desempeño de las personas que lo padecen (Dueñas López, s.f.; Seyle, 1935, citado por Nuñez Garfias en 2008).
Toma de Riesgos	Una persona puede asumir o rechazar riesgos en función del conocimiento que se tiene sobre la situación, a lo anterior se le llama también propensión al riesgo (Kogan and Wallach, 1964; Harnett and Cummings, 1980; Sitkin and Pablo, 1992, citado en Cataldo, Herrera, Rojas, Rojo, Gutiérrez y Bargsted, 2012).

Fuente: Elaboración propia con información de diversos autores citados.

En la misma figura siguiendo a Rauch y Frese (2007) se enlistan las actitudes y aptitudes necesarias para ser un verdadero emprendedor, algunas de ellas pueden tener componentes innatos sin embargo en todas ellas es posible incidir para desarrollarlas a lo largo de la vida y la educación formal representa una gran oportunidad para tal proceso.

La autoeficacia por ejemplo ha sido estudiada en diferentes ámbitos y para el análisis de diferentes conductas como el aprendizaje, el control de sobrepeso y otras conductas saludables (Velásquez, 2012). Con lo anterior se ha mostrado su importancia para el incremento de conductas deseadas, por ejemplo, el percibirse apto en algún área incrementa la posibilidad de que la conducta se oriente hacia ese aspecto y se establece lo que puede considerarse un círculo virtuoso. A mayor percepción de autoeficacia, mayor probabilidad de repetir la conducta y por tanto convertirlo en un hábito que se perfecciona. De esta forma promover la percepción de autoeficacia en conductas asociadas al emprendedurismo puede ser una forma de mejorar las posibilidades de que se conforme la personalidad emprendedora.

La autonomía, por otro lado, es considerada un elemento de la personalidad que se asocia con el desarrollo de habilidades personales y de autogestión y se va incrementando a lo largo de la vida por lo que está vinculado a los procesos de aprendizajes formales e informales. Desde esta perspectiva es necesario que desde la educación primaria se establezcan mecanismos para potenciar la aparición y desarrollo de las conductas propias de este aspecto y con ello se logre que en la etapa universitaria se consoliden.

La innovación por su parte, de acuerdo a la definición de la figura 4 representa en su conjunto la posibilidad de ver la realidad de formas distintas para ofrecer alternativas o crear elementos completamente diferentes a los existentes gracias a la presencia o desarrollo de otros aspectos de la personalidad como la creatividad y la curiosidad que son elementos que pueden estar presentes en las personas o ser potenciados a través de diferentes ejercicios o actividades de forma consciente (Seligman y Csikszentmihalyi, 2000).

El locus de control ha sido ampliamente estudiado en relación al afrontamiento de los eventos, especialmente aquellos que ofrecen mayores desafíos y posibilidades y se ha encontrado mejor funcionamiento a los cambios en individuos con mayores índices de locus de control interno, ya que, al centrar el control en mecanismos internos, se aceptan las responsabilidades y se producen los cambios necesarios para sobreponerse a factores adversos. Mientras que los individuos con locus de control externos tendrían menos posibilidades de identificar aspectos personales que estarían implicados en las situaciones que enfrentan y por tanto no podrían realizar cambios (Rotter, 1960 citado por Fernández Cabezas y Caurcel Cara en 2005).

La motivación de logro es un concepto ampliamente asociado a la autoeficacia sobre todo en la expectativa de resultados, la percepción de posibilidades de alcanzar las metas propuestas actúa de motor para impulsar al individuo a seguir trabajando en una tarea (Velásquez, 2012). Por lo tanto, este es otro aspecto que es imprescindible considerar como rasgo a desarrollar, ya siendo reforzado positivamente se convierte en factor clave para mantener una iniciativa a flote.

En el mismo sentido que la motivación, el optimismo como factor que da lugar a que se promueva una visión favorable sobre los futuros eventos y por tanto conduzca a que los individuos tomen decisiones y riesgos, se puede fortalecer e incrementar su nivel en prácticamente cualquier individuo. Seligman (2000) considera que el optimismo puede ser aprendido y que solo un pequeño porcentaje estaría determinado por la herencia, de tal suerte que es un factor que vale la pena trabajar en las aulas para lograr conductas de emprendimiento.

La tolerancia al estrés está directamente vinculada al concepto de resiliencia que ha sido abordado ampliamente sobretodo en cuestiones asociadas a eventos negativos de alto impacto. La resiliencia consiste en adaptarse bien a situaciones o eventos adversos o hacer frente a cantidades significativas de estresores. Como rasgo, este aspecto puede ser fortalecido a lo largo de la vida gracias a algunas prácticas o modos de afrontamiento dinámico que desarrollan estrategias individuales que hacen que el individuo responda de manera eficiente a factores estresores tanto cotidianos de impacto moderado hasta aquellos que representan un desafío mayor (Masten, 2001).

Finalmente, la toma de riesgos, está asociada a factores ya descritos como la percepción de auto eficacia, el optimismo y el locus de control entre otros. De tal suerte, que al fortalecer los aspectos asociados sin duda se promoverá que exista una mayor posibilidad de tomar riesgos y asumir resultados que resulten en cualquier caso favorables al emprendedurismo.

Hipótesis y objetivos

El objetivo de la presente investigación es el de identificar y evaluar los rasgos de personalidad y actitudes asociados al emprendedurismo en los estudiantes de la CARAO. También se pretende identificar si existen aspectos sociodemográficos que se relacionen significativamente con la prevalencia de factores que incitan el emprendedurismo (rasgos y actitudes). Se establecieron las siguientes hipótesis:

H1: Los estudiantes de la Licenciatura en Administración poseen más rasgos y actitudes orientadas al emprendedurismo

H2: Los estudiantes de la Licenciatura en Administración con más tiempo en la Universidad poseen rasgos y actitudes orientadas al emprendedurismo más desarrollados.

H3: Los estudiantes que han trabajado o tenido un negocio poseen más rasgos y actitudes orientadas al emprendedurismo.

Metodología

El presente es un estudio descriptivo-correlacional con enfoque cuantitativo, transversal y no experimental. El universo de estudio fueron los estudiantes de la CARAO de la UASLP con un muestreo de tipo censal realizado en el mes de agosto de 2017 a 276 estudiantes. Se aplicó la Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora (BEPE) (Muñiz, Suarez-Álvarez, Pedrosa, Fonseca-Pedrero, & García-Cueto, 2014; Suárez-Álvarez & Pedrosa, 2016) que utiliza las dimensiones que han mostrado ser las más consistentes para medir el emprendedurismo: autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgos (Rauch & Frese, 2007). Un resumen de la metodología se presenta en la Figura 4.

Figura 4. Metodología de la investigación.

Tipo de investigación y métodos	Tipo de muestreo e instrumento	Variabes de estudio.
<ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo correlacional • De enfoque cuantitativo • Transversal • No experimental • Estadística descriptiva e inferencial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo censal (N=273) • Instrumento: Batería de Evaluación de la personalidad emprendedora (BEPE) (Muñiz, Suarez-Alvarez, Pedrosa, Fonseca-Pedrero, & Garcia-Cueto, 2014; Suarez-Alvarez & Pedrosa, 2016). 	<ul style="list-style-type: none"> • Sociodemográficos • Competencia emprendedora • Autoeficacia • Autonomía • Innovación • Locus de control • Motivación de logro • Optimismo • Tolerancia al estrés • Toma de riesgos

Fuente: Elaboración propia

Para probar la confiabilidad y validez del cuestionario se realizó un pilotaje en 30 sujetos similares al de la población objetivo. Para medir la confiabilidad (consistencia interna) de la prueba BEPE se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach con lo cual se pasó de 108 a 92 ítems para llegar a coeficientes que van desde 0.79 (Autonomía) hasta 0.87 (Autoeficacia e Innovación) en las ocho dimensiones (ver Tabla 2).

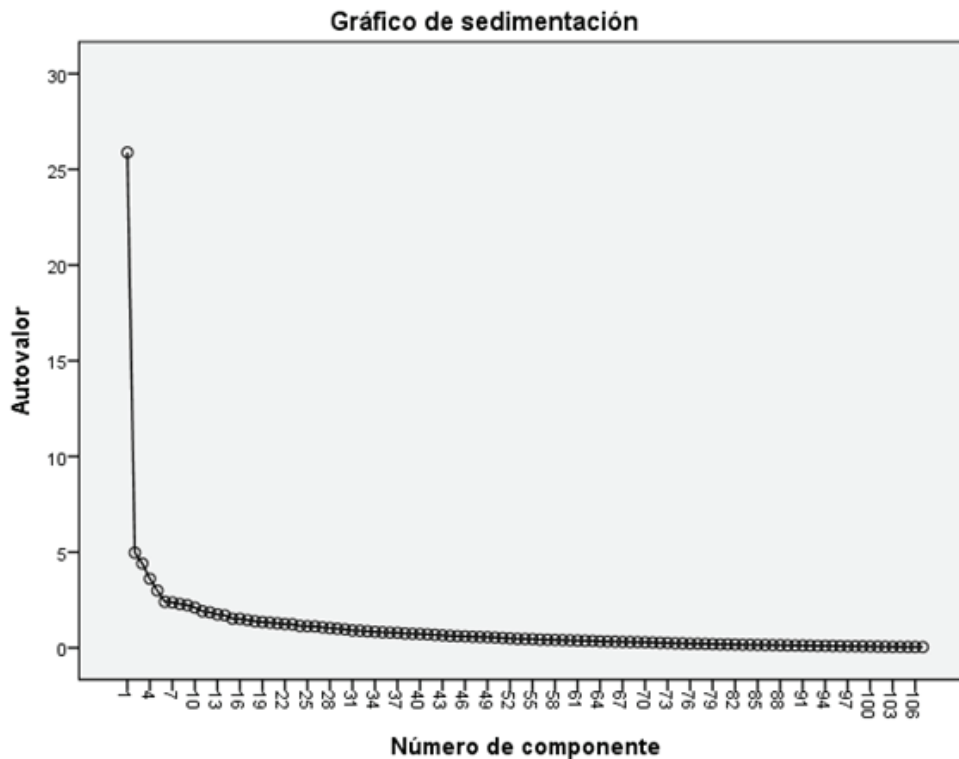
Tabla 2. Análisis de la confiabilidad (consistencia interna).

Dimensión	No. Ítems originales	Alfa	No. Ítems finales	Alfa
Autoeficacia	18	0.732	16	0.871
Autonomía	14	0.526	8	0.785
Innovación	15	0.870	15	0.870
Locus de control	10	0.850	10	0.850
Motivación de logro	14	0.822	14	0.822
Optimismo	11	0.72	9	0.857
Tolerancia al estrés	12	0.591	8	0.804
Toma de riesgos	14	0.807	12	0.864

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de la validez de constructo se utilizó el método de componentes principales. La medida de la adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) arrojó un índice de 0.818, mientras que la prueba de esfericidad de Bartlett con un nivel de significación del 0.0 permitió identificar que la matriz de correlaciones no es una matriz de identidad. Esto permitió confirmar que el método de análisis factorial mediante el cálculo de componentes principales era apropiado para el instrumento. Dado el número de indicadores (92) se utilizó la rotación ortogonal Quartimax. Como resultado se encontró que los primeros cuatro componentes representan el 36.322% de la varianza total y el 31.374% de la varianza total después de ser rotado. Dada la cantidad de indicadores, se consideró que hay evidencia para aceptar que existe validez para el uso del instrumento dado que apenas cuatro componentes explican en gran medida la variabilidad total de los datos. El gráfico de sedimentación y el análisis de la varianza total explicada se pueden ver en la Figura 5 y la Tabla 3. El análisis estadístico fue realizado con el software IBM SPSS versión 21.

Figura 5. Gráfico de sedimentación.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Análisis de la validez de constructo.

Varianza total explicada						
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	25.885	24.191	24.191	23.816	22.258	22.258
2	4.969	4.644	28.835	3.794	3.546	25.804
3	4.405	4.117	32.952	3.156	2.950	28.754
4	3.606	3.370	36.322	2.804	2.621	31.374

Fuente: Elaboración propia.

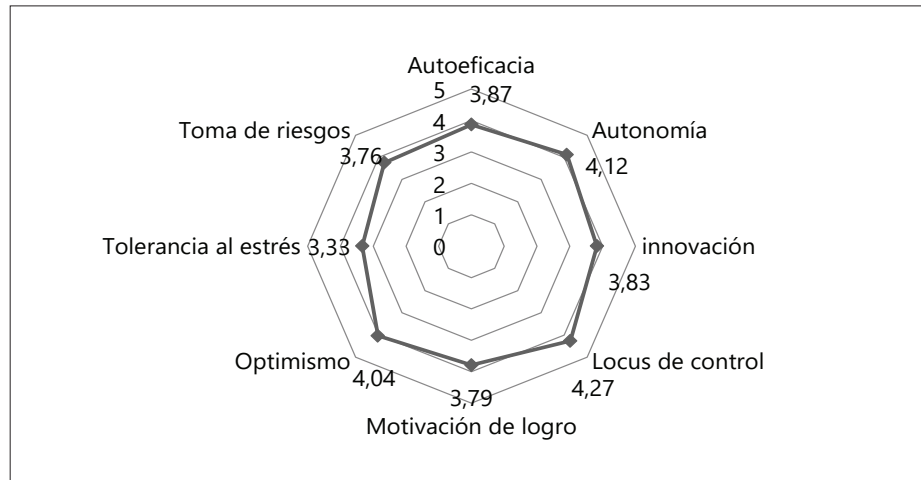
Resultados

Se estudiaron 92 indicadores de las ocho dimensiones de la personalidad emprendedora. Además de diez indicadores sociodemográficos y de antecedentes laborales a saber: carrera, género, semestre, si trabaja, estado civil, si tiene hijos, si es madre soltera, si la familia ha tenido un negocio, si ha participado en el negocio familiar y si tiene experiencia laboral.

La población consultada se compone de la siguiente forma: 53% hombres y 47% mujeres; 93% son solteros y 7% casados; el 45% pertenece a la Licenciatura en Administración, 43% a la Ingeniería Agroindustrial y 12% a la Ingeniería en Sistemas; el 35% cursa primer semestre, 20% el tercero, 21% el quinto, 17% el séptimo de manera regular, el restante 7% cursan materias de más de un semestre. Por otro lado, se encontró que 72% tiene experiencia laboral de algún tipo, 53% pertenecen a familias en donde tienen o han tenido un negocio, mientras que el 70% han trabajado en negocios familiares propios o ajenos.

En cuanto a las dimensiones de la personalidad emprendedora al utilizar una escala cualitativa (tipo Likert) se determinó que las dimensiones autonomía, locus de control y optimismo fueron las que tuvieron una moda más alta en valores positivos, mientras que motivación de logro, toma de riesgos y tolerancia al estrés fueron las que tuvieron una moda menos alta en valores positivos. En este estudio no se consideró un análisis con variables cuantitativas en los resultados, y su prueba de hipótesis; dado que la escala utilizada tipo Likert a criterio de los investigadores no tiene posibilidad de ser transformada a datos cuantitativos sin el riesgo de presentar importantes sesgos en su interpretación. Sin embargo de manera ilustrativa se presentan los índices en términos numéricos en la Figura 6.

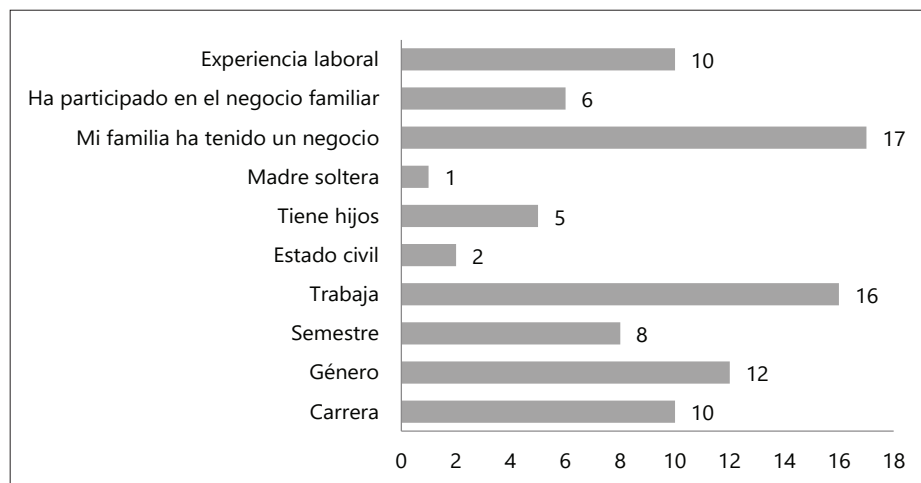
Figura 6. Conceptualización de las actitudes del emprendedor.



Fuente: Elaboración propia

Utilizando el método no paramétrico de tablas de contingencia, mediante el análisis de chi cuadrado y la prueba exacta de Fisher (cuando no fue posible utilizar chi cuadrado y, en su caso, agrupando variables) para comparar variables cualitativas, se encontró que la dimensión autonomía cuenta apenas con dos relaciones estadísticamente significativas con los indicadores sociodemográficos y de antecedentes laborales, es decir prácticamente no depende de ninguna de ellas. Por otro lado, la autoeficacia, la innovación y la toma de riesgos son los más influenciados por dichos factores. En la Figura 7 se puede observar la cantidad de relaciones estadísticamente significativas entre los indicadores sociodemográficos y de antecedentes laborales comparado con los indicadores estudiados (agrupados) para las dimensiones que integran la variable personalidad emprendedora.

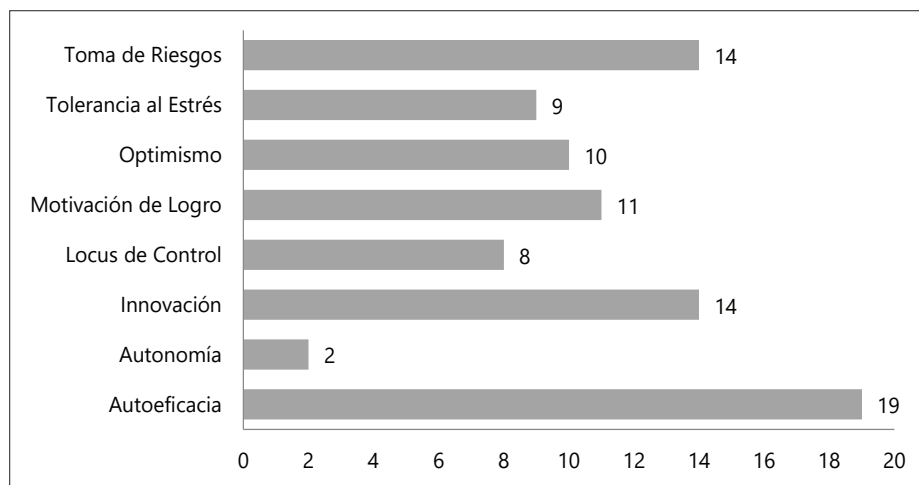
Figura 7. Relaciones estadísticamente significativas de los indicadores agrupadas por dimensión de la variable personalidad emprendedora.



Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, no se encontró evidencia suficiente para afirmar que los estudiantes de la Licenciatura en Administración o de semestres más altos (sin importar la carrera) tengan mayor desarrollo de la personalidad emprendedora. Sin embargo, resultó estadísticamente significativa en 17 y 16 indicadores la relación con los indicadores de antecedentes laborales "trabaja" y "mi familia ha tenido un negocio" respectivamente. En la Figura 8 se presenta un análisis de las relaciones estadísticamente significativas entre los indicadores de la personalidad emprendedora esta vez graficados por variable sociodemográfica y de antecedentes laborales.

Figura 8. Relaciones estadísticamente significativas de los indicadores agrupadas por dimensión de la variable personalidad emprendedora.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La personalidad emprendedora se encuentra determinada por factores internos y externos. Según la literatura los internos no se desarrollan y despliegan adecuadamente cuando no se dan las condiciones externas, entre ellas la educación, la cultura y el contexto socioeconómico. Los factores internos incluyen diversas dimensiones que permiten en conjunto describir, explicar y en algún punto predecir el tipo de personalidad orientada o no hacia el emprendedurismo. En esta investigación no se encontró evidencia de que los alumnos que estudian Administración tengan más desarrollados los rasgos de emprendedurismo comparado con los que estudian Ingenierías. En este mismo sentido el tener más tiempo en la Universidad no arrojó una relación estadísticamente significativa con los rasgos de emprendedurismo. En este sentido otras investigaciones deberían determinar si es que no se están logrando el objetivo de formar emprendedores en la Licenciatura en Administración o si en definitiva no están relacionadas las acciones que se llevan a cabo desde la escuela con la personalidad emprendedora.

Un hallazgo importante que confirma lo afirmado por investigaciones ya citadas en esta investigación es que el tener experiencia laboral y haber pertenecido a una familia de tradición emprendedora si tiene una relación estadísticamente significativa con los rasgos de emprendedurismo. Finalmente, el género proporcionó algunos indicios de relación, pero requerirán la aplicación de otros instrumentos para poder hacer inferencias y conclusiones al respecto. La presente investigación servirá como un diagnóstico inicial del estado de la personalidad emprendedora en estudiantes y del posible impacto de las acciones educativas que se despliegan actualmente, asimismo para reflexionar acerca de lo realizado y lo que se considere debería llevarse a cabo para cumplir con los objetivos del modelo educativo de la UASLP.

Bibliografía

- Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (Cuarta edición ed.). Ciudad de México : McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Ayuntamiento de Gijón. (2008). *Estudio del Perfil del emprendedor Gijonés 2004-2007*. Gijón: Centro Municipal de Empresas, Ayuntamiento de Gijón.
- Bartesaghi, A., De Souza, S., Greco, S. M., Lasio Morello, M. V., Varela Villegas, R., Veiga Penny, L., & Herrington, K. M. (2016). *GEM América Latina y el Caribe 2015-2016*. Global Entrepreneurship Monitor.
- Camposeco Torres , F. D. (2011). *La Autoeficacia como Variable en la Motivación Intrínseca y Extrínseca en Matemáticas a través de un criterio etnico*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- De Miguel Sanz, Á. (04 de Octubre de 2013). *Políticas Públicas para Emprendedores: Análisis del Proyecto de Ley de Apoyo al Emprendedor*. Obtenido de Posgrado de Derecho y Buen Gobierno, Universidad de Salamanca. Recuperado de: http://buengobierno.usal.es/revista/docs/46_2013_Angela_Miguel.pdf
- Escuelas de Familia Moderna (s.f.). *Documentación sobre las Competencias*. Obtenido de https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/AUTONOMIA_Y_RESPONSABILIDAD.pdf/34e7af0a-341e-47eb-b7a6-5b44a2c56a4e
- Fernández Cabezas, M., & Caurcel Cara, M. J. (2005). *Importancia del Locus de Control en el Problema del Maltrato entre Iguales: Estudio Comparativo entre Víctimas y Agresores*. España: Congreso Internacional Virtual de Educación, Universidad de Granada.
- García González, F. (2012). *Conceptos sobre Innovación*. Colombia: Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería .
- GERA (2017). *Global Entrepreneurship Monitor 2016-2017*. Londres: Global Entrepreneurship Research Association.
- Monsalve Serrano, J. E. (s.f.). *Jóvenes, talento y perfil emprendedor*. Madrid, España: Instituto de la Juventud.

- Masten, A. (2001) Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56 (3) 227-238
- Mulet Meliá, J. (s.f.). *La innovación, concepto e importancia económica*. Obtenido de Sexto Congreso de Economía de Navarra: http://www.elfinancierocr.com/gerencia/biblioteca/Presentacion-Mulet-Congreso-Economia-Navarra_ELFFIL20140425_0007.pdf
- Muñiz, J., Suarez-Álvarez, J., Pedrosa, I., Fonseca-Pedrero, E., & García-Cueto, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: components and assessment. *Psicothema*, Vol 26(4):545-553.
- Nadal, M. y Bueno, O. (2017). Los rasgos de la personalidad que hacen triunfar a los emprendedores. Recuperado de: https://retina.elpais.com/retina/2017/04/11/talento/1491903431_092648.html
- Prieto Navarro, L. (s.f.). *La autoeficacia en el contexto académico*. Recuperado el 11 de Octubre de 2017, de <https://www.uky.edu/~eushe2/Pajares/prieto.PDF>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 353-385, Volume 16, Issue 4.
- Red Emprendía. (23 de enero de 2014). *El Informe GEM 2013 resalta el emprendimiento como una opción profesional que brinda bienestar y satisfacción*. Obtenido de Red Emprendía: <https://www.redemprendia.org>
- Sánchez Almagro, M. L. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Madrid: Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Sepúlveda Ramírez, M. G. (2003). Autonomía moral: Una posibilidad para el desarrollo humano desde la ética de la responsabilidad. *Revista de Psicología de la Universidad de Chile*, 27-35.
- Suárez-Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora. Situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, vol. 37, núm. 1, pp. 62-68.
- Universidad La Salle. (s.f.). *Innovación y Tecnología*. Obtenido de <http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/b98917e3-b2a2-4a70-ae99-cfdc56850ddc/innovaci%C3%B3n+y+Tecnolog%C3%ADa.pdf?MOD=AJPERES>
- Velásquez Fernández, A. (2012). Revisión Histórico-Conceptual del Concepto de Autoeficacia. *Revista Pequeño*, 148 - 160.

Evaluación de la personalidad emprendedora en los estudiantes de Licenciatura de la Universidad Autónoma del Carmen

José Manuel Baqueiro López, Perla Gabriela Baqueiro López,
Tania Beatriz Casanova Santini

Resumen

El presente capítulo muestra los resultados de la investigación diagnóstica realizada entre estudiantes de la Universidad Autónoma del Carmen, Campeche, para determinar su perfil emprendedor. Se encontraron diferencias significativas en el perfil emprendedor de acuerdo a la facultad o plan de estudios que se cursa. También se descartó que los antecedentes de emprendimiento familiar influyan sobre los rasgos evaluados en la investigación.

Palabras clave: Perfil emprendedor, emprendimiento familiar.

Abstract

This chapter show the results of the diagnostic investigation made among students of the Autonomous University of Carmen, Campeche, to determine their entrepreneur profile. Significant differences were found in the entrepreneur profile according to the faculty or study program taken. It was also ruled out the fact that the background of family entrepreneurship influences in the evaluated traits in the investigation.

Key words: Entrepreneur profile, family entrepreneurship.

Introducción

La importancia que ha tomado el tema del emprendimiento en México, como en otros países del mundo, puede justificarse por las condiciones de competitividad que ha traído consigo la globalización, aunado a la incapacidad del gobierno de proporcionar suficientes fuentes de empleo, actividad que se percibía como una de sus principales funciones en décadas pasadas, en este sentido se ha visto un énfasis en las políticas públicas que apoyan el emprendimiento, de tal forma que en actual Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 en su meta cuatro: México Próspero, se propone una política de fomento económico con el fin de crear un mayor número de empleos, desarrollar los sectores estratégicos del país y generar más competencia y dinamismo en la economía; planteando como una de las estrategias impulsar a los emprendedores para contribuir al incremento de la productividad de los sectores dinámicos de la economía mexicana de manera regional y sectorialmente equilibrada.

El papel de las Instituciones de Educación Superior (IES) en esta estrategia es fundamental, toda vez que por una parte contemplan la formación de profesionistas que se comprometan con el desarrollo económico, social, cultural y político de la sociedad, como un objetivo o ideal frecuente en su planeación estratégica y por otra son los agentes idóneos para la construcción o fomento de una cultura emprendedora integral en la que los jóvenes universitarios puedan adquirir competencias apropiadas para el emprendimiento, viéndolo no sólo como una opción u oportunidad sino como una necesidad ante las cifras que mantienen de manera consistente la concentración de la desocupación en la población joven, representando el 53% de la población desocupada en el país según las últimas estadísticas que abarcan el segundo trimestre de 2017 presentadas por STPS y el INEGI con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, si bien esto responde a una tendencia mundial, es menester del gobierno y compromiso de las IES generar conciencia sobre la importancia del autoempleo y el emprendimiento, partiendo de la definición que el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) propone donde considera el emprendedurismo como cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una empresa, incluyendo cualquier intento de volverse auto-empleado (Autio, 2007).

Ante tal reto, la comunidad académica se ha dado a la tarea de estudiar el emprendimiento desde distintos enfoques, y según Fayolle, 2013 hay que afrontar que el contenido de la enseñanza dependerá de lo que se entienda por emprendimiento (como se cita en L. Núñez Ladeveze et al, 2016) En este sentido algunas tendencias recomiendan que no sólo se agreguen asignaturas referentes al emprendimiento sino se implemente estrategias para identificar y canalizar a los estudiantes con potencial emprendedor; así mismo, Arroyo-Vázquez y Jiménez-Sáez (2008) recomiendan que la enseñanza sobre innovación y emprendimiento en las universidades, no se debe limitar a la creación de empresas y a una formación esencialmente empresarial, sino que implica una cultura emprendedora en todos los ámbitos, no solo el gerencial sino en el nivel personal y psicológico. Conscientes que tal como plantean Merino y Vargas (2011), en todo plan formativo para el emprendimiento se debe considerar la interacción tanto de niveles individuales o psicológicos como institucionales y del entorno, pues todos influyen en la decisión de emprender.

En este contexto se desarrolla la presente investigación que retoma el énfasis de diversos autores en el enfoque psicológico, al analizar los componentes del espíritu emprendedor para definir la personalidad emprendedora en los estudiantes de nivel licenciatura de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), IES del sureste mexicano; cabe mencionar que el Estado de Campeche, contempla en su Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021 el objetivo 6.2.3 relativo a "Establecer una política económica que permita incrementar la productividad de las actividades terciarias de manera regional y sectorialmente equilibrada". Resaltando la estrategia 6.2.3.2 Impulsar la cultura emprendedora con líneas de acción como la 6.2.3.2.1 "Impulsar la actividad emprendedora, mediante un entorno educativo y de competencia adecuados para aumentar la masa

crítica de emprendedores”, en la cual se deja en manifiesto el compromiso que se espera de la UNACAR y otras IES del Estado para alcanzar el objetivo planteado. Si a esto le sumamos las estadísticas respecto a las tasas de desocupación en el Estado, en que se observa que pasó de una tasa de desocupación del 2.61% en 2014 al 4.02% en el último trimestre del 2017 se remarca la necesidad de trabajar con mayor precisión el tema de emprendimiento en el Estado, partiendo de un análisis que permita establecer planes de acción a nivel institucional.

Tabla 1. Tasa de Desocupación en Trimestral en Campeche..

Trimestre	2014	2015	2016	2017
I	2.61	2.79	3.18	3.73
II	3.21	2.51	3.41	4.02
III	2.83	3.19	4.25	
IV	2.56	3.02	3.93	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INEGI.

Metodología

Para el presente trabajo se considera una investigación cuantitativa, de alcance descriptivo, transversal ya que se analiza y se pretende identificar los rasgos de personalidad emprendedora en los estudiantes de licenciatura la UNACAR, más no se pretende definir razones, consecuencias o relaciones entre las variables de las situaciones encontradas; para ello se realizó la revisión bibliográfica de conceptos relacionados con el emprendimiento y las teorías que lo estudian, posteriormente se aplicó el “Test adaptativo para la evaluación de la personalidad emprendedora” a una muestra de 681 estudiantes de nivel licenciatura de la UNACAR.

Marco teórico

Emprendimiento

De acuerdo a Sung Park, S. Y Duarte Masi, S. (2015), existen tres versiones sobre el génesis del concepto “emprendedor”, en la primera de ellas se hace alusión a lo mencionado por Poncio (2010), quien recurre a la etimología latina al considerar que la palabra emprendedor proviene de los vocablos in, en y préndere (acometer o llevar a cabo), por lo que el emprendedor es la persona que “aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo”. Los mismos autores, retoman a Giurfa (2012) para quien el origen del término proviene del siglo XVI, cuando se llamaba emprendedor a todo aquel que iniciara una aventura sin tener certeza de su resultado; de manera similar, en el siglo XVIII, Cantillon empleó la palabra francesa entrepreneur para referirse a “... quienes eran capaces de asumir el riesgo y la responsabilidad de poner en marcha y llevar a conclusión un proyecto”.

Finalmente, en los siglos XIX y XX diversos economistas distinguieron el concepto de emprendedor del inversionista, ya que el primero busca no sólo hacer rendir su capital, sino que además “pretende quitar de las utilidades que su emprendimiento genera, los costos generados por el uso del capital del inversionista”; de entre los autores de esta época destaca Schumpeter, quien desarrolló el concepto de la creación destructiva y el empresario innovador, quien rompe los ciclos del mercado, siendo así el emprendedor un impulsor del crecimiento económico; así mismo, Schumpeter, complementado por Knight (1921) señalan que el emprendedor no son únicamente aquellos que trabajan por cuenta propia, sino que también se puede ser emprendedor trabajando en una empresa al generar nuevas oportunidades de negocio en situaciones de incertidumbre. (Núñez Ladeveze, L y Núñez Canal, M., 2016). Los mismos autores hacen una revisión conceptual del concepto de emprendimiento y retoman a Shane y Venkataraman (2000), para quienes el emprendimiento es “el campo que examina cómo, por quién y con qué efecto las oportunidades para crear futuros bienes y servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas”, mientras que Marulanda Valencia, F., Montoya Restrepo, I. Y Vélez Restrepo, J. (2014) retoman la propuesta de Moriano, Trejo y Palací (2001, p. 230), para quienes el emprendedor es “la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa”.

Por otro lado, Suárez-Álvarez, J. y Pedrosa, I. (2016) señalan que el estudio de la actividad emprendedora “ha crecido exponencialmente en los últimos años, consolidándose como un campo de investigación multidisciplinar”, para el que se han utilizado principalmente tres enfoques: económico, sociológico y psicológico; así mismo, Sung Park, S. Y Duarte Masi, S. (2015), retoman la clasificación sobre las distintas teorías para el estudio del emprendimiento realizada por Veciana (1999) al agruparlas en cuatro enfoques: económico, psicológico, socio-cultural y gerencial. El enfoque económico busca explicar el fenómeno del emprendimiento debido a la “racionalidad económica a nivel del empresario, empresa o sistema económico”, en este enfoque destacan la teoría del cuarto factor de producción, teoría del beneficio del empresario, teoría del desarrollo económico y la teoría de los costos de transacción. El enfoque socio-cultural y del entorno “examina los factores sociales, políticos, familiares y la influencia del apoyo institucional en la decisión del emprendedor al crear su propia empresa”, en este enfoque las principales teorías son la teoría de la marginación, la teoría del rol, la teoría de redes, teoría de la incubadora, teoría de la ecología de la población y la teoría institucional. En cuanto al enfoque gerencial, “observa el desarrollo en el interior de la empresa una vez establecida focalizándose en las características de la misma y de su organización”, buscando explicar el papel el empresario desempeña en la empresa, más que el proceso de creación de la misma; las teorías que integran este enfoque son la teoría de la eficiencia X de Leibenstein y el intrapreneurship o corporate entrepreneurship. Finalmente, el enfoque psicológico “analiza al empresario como persona, su perfil y las condiciones de los empresarios exitosos, centrándose en

sus características personales”, las teorías más representativas de este enfoque son la teoría del empresario de Kirzner y la teoría de los rasgos de personalidad, en la cual se basa este estudio.

Rasgos de personalidad emprendedora

Venciana (1999) considera que existen cuatro enfoques teóricos relacionados con el tema del emprendimiento: económico, psicológico, sociocultural o del entorno y gerencial (Sung Park, S. y Duarte Masi, S., 2015); de los anteriores, es el enfoque psicológico en el que nos centraremos ya que estudia las características personales del empresario, su perfil y condiciones de los empresarios exitosos, siendo una de las teorías más representativas de dicho enfoque la teoría de los rasgos de personalidad.

De acuerdo a Escolar Llamazares, M.C. et al. (2015), esta teoría “se basa en la suposición de que los empresarios tienen rasgos de personalidad diferentes a las personas no emprendedoras. Es decir, aunque sabemos que el comportamiento emprendedor es producto de muchas influencias esta teoría defiende que el sujeto que lleva a cabo una actividad emprendedora cuenta con un perfil psicológico que le predispone a actuar de manera emprendedora que le diferencia del resto”. En este sentido Sung Park, S. y Duarte Masi, S. (2015) hacen una recopilación de los atributos que diversos autores de esta teoría han considerado como fundamentales para definir a los emprendedores, dichos atributos se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Principales atributos del emprendedor.

Autor	Atributo
Stuart Mill (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Davis (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza.
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales

Timmons (1978)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelgerg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sociopático

Fuente: Sung Park, S., y Duarte Masi, S. (2015) El perfil emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. p. 295

En concordancia con lo anterior y derivado de la importancia de encontrar un grupo de variables o rasgos que permitan identificar a una persona emprendedora, se han generado varios instrumentos para medir el espíritu empresarial tal y como muestran Suárez-Álvarez et. al. (2016) en la Tabla 3.

Tabla 3. Principales instrumentos de medida para la evaluación del espíritu emprendedor.

Principales instrumentos de medida para la evaluación del espíritu emprendedor		
Nombre	Referencia	Dimensiones
Entrepreneurial Aptitude Test [TAI]	Favretto, Pasini y Sartori (2003)	Orientación hacia metas, liderazgo, adaptación, motivación de logro, realización personal, innovación, flexibilidad y autonomía
Skills Confidence Inventory [SCI]	Betz, Borgen y Harmon (2005)	Realista, investigadora, artística, social, emprendedora y convencional.
General Enterprising Tendency [GET2]	Caird (2006)	Necesidad de logro, autonomía, determinación, toma de riesgos y creatividad
Entrepreneurial Intention Questionnaire [EIQ]	Liñán y Chen (2006)	Atracción profesional, valoración social, capacidad empresarial e intención empresarial
Cuestionario de orientación emprendedora [COE]	Sánchez (2010)	Locus de control, autoeficacia, propensión al riesgo y proactividad

Evaluación de la personalidad emprendedora en los estudiantes de Licenciatura de la Universidad Autónoma del Carmen

Measure of Entrepreneurial Talents and Abilities [META]	Almeida, Ahmetoglu y Chamorro-Premuzic (2014)	Creatividad, oportunismo, proactividad y visión
Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora [BEPE]	Muñiz, Suárez-Álvarez, Pedrosa, Fonseca-Pedrero y García-Cueto (2014)	Motivación de logro, toma de riesgos, innovación, autonomía, autoeficacia, tolerancia al estrés, locus de control interno y optimismo.

Fuente: Suárez-Álvarez, J. y Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. p. 65.

De los principales instrumentos de medida para la evaluación del espíritu emprendedor (Tabla 2), Suárez-Álvarez y Pedrosa (2016) indican que una de las ventajas de la Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora (BEPE) es: "estar orientada a población adolescente, lo que posibilita la detección temprana de emprendedores potenciales" p. 66.

Para mayor practicidad en la definición de los rasgos de la personalidad emprendedora del instrumento, se tomará la definición operativa de Suárez-Álvarez (2015):

Tabla 4. Definición operativa de los rasgos de la personalidad emprendedora.

Definición operativa de los rasgos de la personalidad emprendedora	
Motivación de logro	Deseo de alcanzar estándares de excelencia, es decir, la consecución y mejora de objetivos.
Toma de riesgos	Tendencia a asumir ciertos niveles de inseguridad que permitan alcanzar una meta que presente mayores beneficios que las posibles consecuencias negativas.
Innovación	Voluntad e interés en la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas.
Autonomía	Motivación hacia la creación de proyectos como un intento de lograr cierta libertad individual.
Locus de control interno	Atribución causal de que las consecuencias de una conducta dependen de uno mismo.
Autoeficacia	Convicción de que uno puede organizar y ejecutar eficazmente acciones, así como persistir, hasta conseguir los resultados deseados.
Tolerancia al estrés	Resistencia a percibir los estímulos ambientales como estresantes gracias al uso adecuado de estrategias de afrontamiento.

Optimismo	Tendencia a creer que en la vida suceden más eventos positivos que negativos
-----------	--

Fuente: Suárez-Álvarez, J. (2015). Tesis doctoral. p. 22.

Autoeficacia

Suárez Álvarez, J (2015, p. 30), define la autoeficacia como “la convicción de que uno puede organizar y ejecutar eficazmente acciones para producir los resultados deseados”, en otras palabras esta dimensión mide la capacidad de una persona para lograr resultados por sí mismo, por otro lado, para definir este concepto, Escolar Llamazares et al. (2015), citan a Sánchez García (2010) para establecerla como una “atribución de competencia personal y control en una situación dada y refleja la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreta”, y establecen el constructo de autoeficacia emprendedora que se trata de la “creencia de la persona en sus propias habilidades para llevar a cabo distintas tareas implicadas en la creación de una nueva empresa”.

Autonomía

Un rasgo que caracteriza a los emprendedores es la autonomía, la cual puede entenderse como la búsqueda de la libertad laboral, ya que un emprendedor por lo general no le gusta seguir órdenes de jefes o supervisores.

Innovación

Según Galindo; Ribeiro; Méndez (2012) citados por Espíritu Olmos et. al. (2012, p. 54), “la innovación hace referencia a la implantación de aquellas ideas novedosas y originales desarrolladas a través de la creatividad”. En un entorno global y competitivo es importante que un emprendedor cuente con este rasgo que le permita generar ideas diferentes a las ya existentes y con ello crear una ventaja competitiva.

Locus de control

Espíritu Olmos, 2011 cita a Robbins, 1999 quien define el Locus de control como: “La percepción que una persona tiene sobre la fuente de su destino”. p. 69. En el contexto del emprendedor, una persona con Locus de control, tiene la creencia de que los resultados obtenidos son con base a su propio esfuerzo, más que el de otros. (Ong e Hishamuddin, 2008, citados por Espíritu Olmos, 2011, p. 69). Así mismo, Sánchez García (2010) define el locus de control como “la creencia de que las acciones que uno realiza determinan los resultados que uno obtiene”.

Motivación de logro

Desde el punto de vista psicológico, la motivación de logro según McClelland (1989) citado por Páez, D, et. al. (2011) puede ser: “entendida como la disposición culturalmente adquirida de un individuo a enfrentar y superar desafíos para lograr el éxito y la excelencia a partir de asumir responsabilidades, y apuntar al rendimiento

rápido y específico en una labor". p. 57. De lo anterior se puede extender a un rasgo propio del emprendedor que tiene claro el objetivo de crear una empresa y a pesar de las diferentes dificultades que pueda encontrar, el poder lograr el éxito es un aliciente para no desistir.

Optimismo

El optimismo es definido por Shepperd, Carrol, Grace & Terry 2002, citados por Muñiz, J. et. al. (2014) "como la creencia de una persona con respecto a la ocurrencia de eventos positivos en su vida en lugar de los negativos" p. 547. Gracias a este rasgo una persona emprendedora tendrá una visión positiva sobre el éxito de sus empresas.

Tolerancia al estrés

Suárez-Álvarez, (2015) indica: "El contexto empresarial es fuente infinita de estímulos que pueden ser percibidos como estresantes y, por tanto, dificultar tanto el inicio como el mantenimiento de la conducta emprendedora". p. 32. Por tanto, la capacidad de tolerar los estímulos estresantes por parte de una persona le permitirá crear y mantener una empresa.

Toma de riesgos

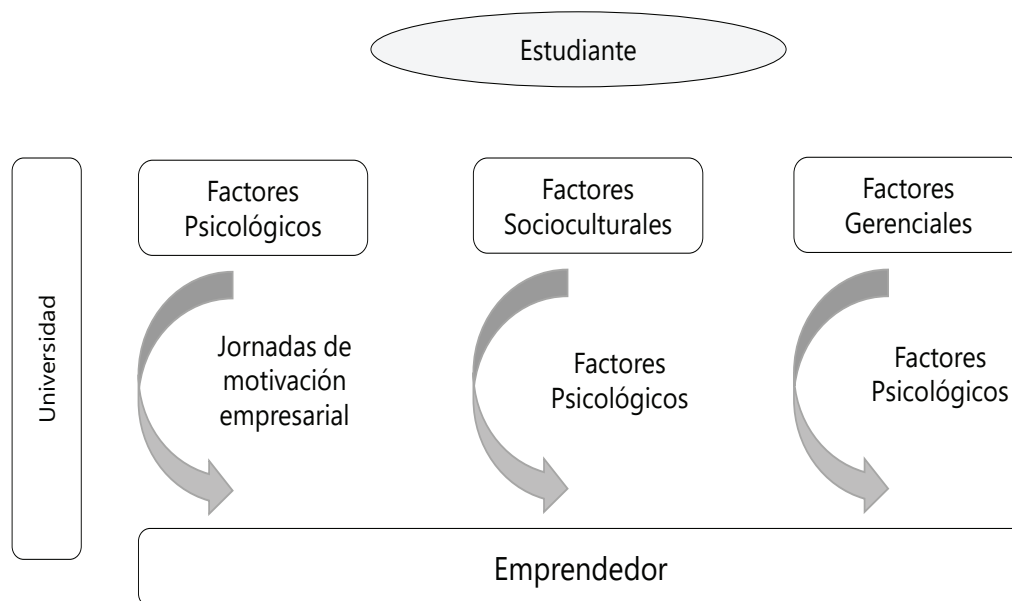
El iniciar una empresa, siempre llevará consigo un riesgo, dado que nunca se tendrá total certeza del éxito de una empresa, aun cuando se hayan realizado los estudios pertinentes de rentabilidad y factibilidad. Al hablar de toma de riesgos, Suárez-Álvarez (2015) menciona: "se refiere a la tendencia y disposición de las personas a asumir ciertos niveles de riesgo que les permitan alcanzar una meta que presenta mayores ganancias que las posibles pérdidas". p. 24, mientras que Sánchez García (2010) define este concepto como "un rasgo de personalidad que determina la predisposición del individuo a asumir o evitar riesgos".

El papel de las IES en el emprendimiento en jóvenes

Las Instituciones de Educación Superior, debido a sus actividades sustantivas (formación, generación de conocimiento, vinculación), a diferencia de otras organizaciones, se encuentran en una posición privilegiada para el fomento del emprendimiento para contribuir a la creación de empleo, para lo cual se requiere que los estudiantes cuenten con las competencias emprendedoras que la sociedad requiere (Sánchez, J., Caggiano, V. y Hernández, B., 2011). De acuerdo a Núñez Ladeveze, L y Núñez Canal, M. (2016), la educación emprendedora en las universidades tiene su origen en las universidades americanas, dándole un enfoque empresarial, mientras que en Europa, a partir de los años 90, se adopta un concepto de emprendimiento como pedagogía para fomentar el emprendimiento; sin embargo no existe un acuerdo en cuál es la mejor manera de lograrlo; se han identificado dos tendencias principales: 1) incluir una asignatura específica de educación emprendedora orientada a la creación de empresas y 2) diseminarla como elemento transversal en los planes educativos con una finalidad más amplia.

En este mismo orden de ideas, Arroyo-Vázquez y Jiménez-Sáez (2008) recomiendan que a la enseñanza sobre el emprendimiento en las instituciones de educación superior se le de un enfoque no solamente de formación empresarial o gerencial, sino el desarrollo de una cultura emprendedora en todos los ámbitos, incluyendo el personal y psicológico; del mismo modo, Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2016) retoman la investigación de Mata, Medina, Martínez, Alcocer, Castillo y Vázquez (2015) en la que sostienen que es necesaria una formación integral para el individuo orientado hacia el emprendimiento, complementando las competencias emprendedoras con la formación en planes de negocio que prevalecen en los programas universitarios sobre el emprendimiento. Por otro lado, Sánchez, J. et al. (2011) menciona que sin importar cuál sea el enfoque elegido por las IES, se deberían considerar en la oferta docente los factores psicológicos, socioculturales y gerenciales que repercuten en el proceso de aprendizaje para llegar a ser emprendedor.

Figura 1. Proceso del aprendizaje emprendedor en las Universidades según los factores influyentes de Veciana.



Fuente: Sánchez, J., Caggiano, V. y Hernández, B. (2011) p. 21.

Cultura emprendedora en la UNACAR

La Universidad Autónoma del Carmen, en su modelo educativo UNACAR (2012) establece un enfoque por competencias para dar respuesta a las necesidades de la sociedad y del mundo actual, para lo cual es necesario que los estudiantes cuenten con una formación integral que se basa en seis competencias genéricas que promueven el desarrollo armónico del individuo: 1) Cultura de la salud, 2) Universidad, ciencia y humanismo, 3) Cultura emprendedora, educación y transdisciplina, 4) Comunicación y

relación social, 5) Educación para la sustentabilidad y 6) Dominio de las tecnologías de información y comunicación.

Para el desarrollo de estas competencias, los colegios institucionales de diseño curricular definieron dos programas institucionales, ocho cursos y dos talleres, así como tres tipos de actividades en las que los estudiantes deben participar; en el caso de la competencia "Cultura emprendedora, educación y transdisciplina" (cuyos elementos se muestran en la Tabla 5), se diseñaron el curso "Emprendedores" y el "Taller emprendedor", que los estudiantes de licenciatura deben cursar en el 6º y 7º ciclo respectivamente.

Tabla 5. Competencia "Cultura emprendedora, educación y transdisciplina".

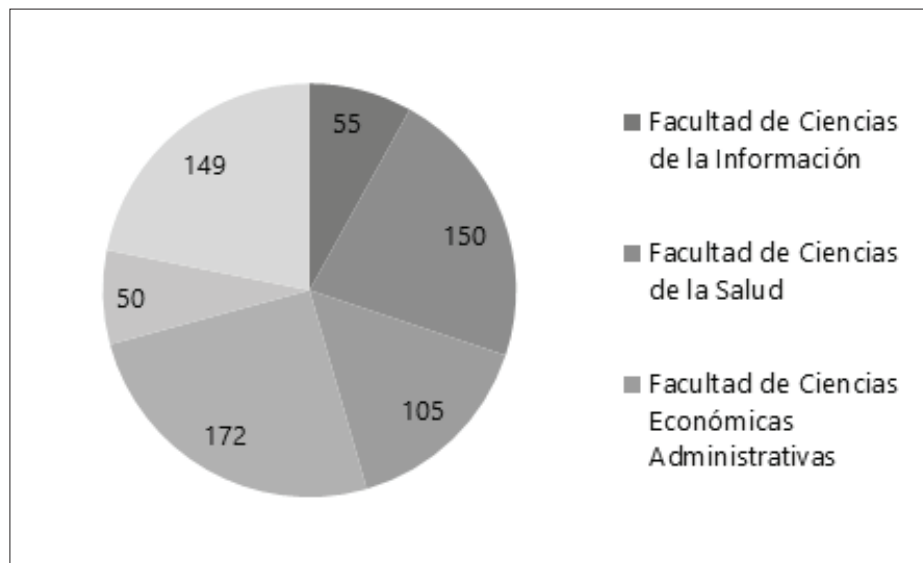
Competencia	Descripción
Cultura emprendedora, educación y transdisciplina.	<p>Genera conocimientos, actitudes, valores y habilidades relacionadas entre sí, para el logro de oportunidades en el sector económico, tecnológico y social de nuestro entorno.</p>
Componentes	
<ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Innovación y creatividad. • Organizar tiempos. • Liderazgo. • Análisis del entorno. • Detección de necesidades. • Solución de problemas. 	
Dominios	Evidencias de desempeño
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de sus potencialidades. • Desarrollo de propuestas innovadoras y creativas. • Toma de decisiones en base a método científico. • Establece planes a corto, mediano y largo plazo para el logro de objetivos. • Integra las Tic's a la solución de problemas. • Detecta necesidades y oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manifiesta dominio y control de sus acciones en las tareas encomendadas. • Desarrolla nuevas ideas de productos y/o servicios novedosos. • Emplea las metodologías establecidas para la solución de problemas. • Elabora su plan de trabajo. • Opera programas de simulación. • Soluciona problemas y aprovecha oportunidades en el desarrollo de sus proyectos.
	Ámbito de desempeño
	Intergrupala, individual, virtual, campo laboral.

Fuente: UNACAR (2010). Modelo educativo Acalán. p. 25.

Resultados y discusión

La Universidad Autónoma del Carmen cuenta con un total de 5699 estudiantes divididos en 8 Facultades, de las cuales sólo se encuestaron 6 (ver Figura 2) teniendo una población 4528 estudiantes de dichas facultades, de los cuales se calculó a través del muestreo estratificado proporcional una muestra de 681 estudiantes, a quienes se les aplicó el instrumento de medición de rasgos de personalidad emprendedora, de los cuales 52.28% son de género masculino, 47.28% del género femenino y el 0.44% no respondió. Respecto a la facultad en la que estudian, los resultados se muestran en el Figura 2, teniendo mayor participación los estudiantes de la Facultad de Ciencias Naturales y de la Facultad de la Salud, mientras que la Facultad de Derecho tiene la menor proporción de estudiantes encuestados.

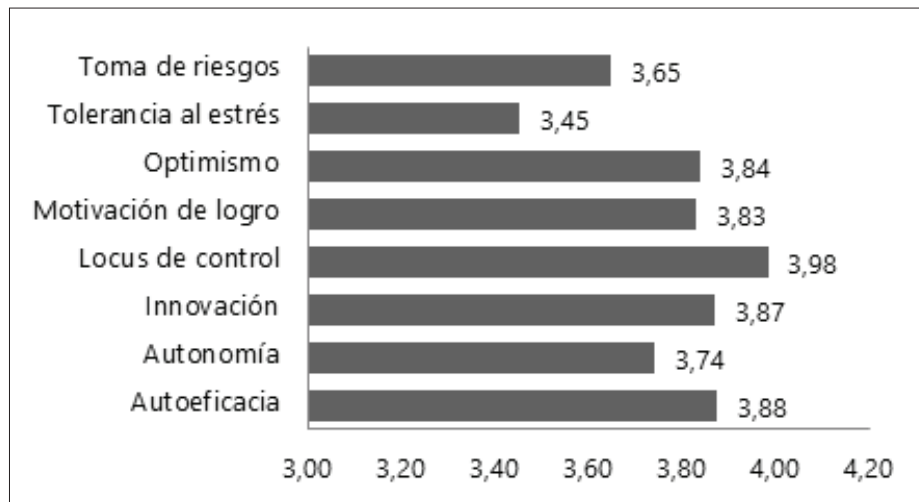
Figura 2. Facultad a la que pertenecen los estudiantes encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

Para determinar los valores de los rasgos de personalidad emprendedora, se analizaron las respuestas obtenidas del "Test adaptativo de la personalidad emprendedora", integrado por ítems agrupados en los diferentes rasgos y que miden (en escala de Likert) el grado de acuerdo o desacuerdo de los estudiantes con las afirmaciones para cada rasgo. En el Figura 3 se muestran los promedios obtenidos para cada uno de los rasgos de personalidad emprendedora en estudiantes de la UNACAR, destacando el locus de control con el mayor promedio (3.98) y la tolerancia al estrés con el menor promedio (3.45).

Figura 3. Promedio de los rasgos de personalidad emprendedora en estudiantes de la UNACAR.



Fuente: Elaboración propia.

Si se consideran los resultados del promedio general, podría considerarse que los estudiantes de la UNACAR cuentan con bajos niveles de los rasgos indicados, ya que el valor obtenido fue de 3.78 estando por debajo del nivel mínimo que indica una respuesta positiva (4); sin embargo, este valor no aporta información relevante que nos permita evaluar los rasgos de personalidad emprendedora en estudiantes de la UNACAR, ya que de acuerdo a Santos Curado, M., Vitorino Teles, J. y Marôco, J. (2013), las variables utilizadas en este tipo de escalas son variables cualitativas ordinales, que al utilizar operaciones algebraicas (como la media) con los conjuntos de ítems, se transforman a un nivel de medida intervalar (Summated scales) obteniendo scores referentes a constructo teóricos. Por lo anterior, se decidió analizar la moda en los ítems estudiados, encontrando que en la mayoría de ellos se obtiene un valor de 4 (de acuerdo), destacando el locus de control con un valor de 5 (totalmente de acuerdo), lo que nos indica que la mayoría de los estudiantes sí cuenta con los rasgos de personalidad emprendedora.

Tabla 6. Comparativo de del valor del promedio del rasgo respecto al valor del promedio general en estudiantes de la UNACAR y análisis de la moda.

Rasgo	Promedio del rasgo	Promedio general	Resultado (respecto al promedio general)	Moda
Autoeficacia	3.88	3.78	Por encima	4
Autonomía	3.74	3.78	Por debajo	4
Innovación	3.87	3.78	Por encima	4

El emprendimiento y los jóvenes. Dimensiones psico-sociales

Locus de control	3.98	3.78	Por encima	5
Motivación de logro	3.83	3.78	Por encima	4
Optimismo	3.84	3.78	Por encima	4
Tolerancia al estrés	3.45	3.78	Por debajo	4
Toma de riesgos	3.65	3.78	Por debajo	4

Fuente: Elaboración propia.

De los rasgos estudiados únicamente la autonomía, tolerancia al estrés y toma de riesgos se encuentran por debajo promedio de la institución.

Para identificar si existen diferencias entre la puntuación promedio para cada rasgo se decidió aplicar una prueba ANOVA de dos factores, buscando reducir la influencia de las facultades sobre el promedio de cada rasgo, se bloquea por facultad.

Tabla 7. Promedio de calificación de cada Facultad por Rasgo.

Facultad	Rasgo							
	Autoeficacia	Autonomía	Innovación	Locus de Control	Motivación de Logro	Optimismo	Tolerancia al Estrés	Toma de Riesgos
Ciencias de la Información	3.70	3.68	3.83	3.94	3.79	3.82	3.52	3.80
Ciencias de la Salud	4.12	4.00	4.04	4.21	3.96	4.06	3.61	3.74
C. Económicas Administrativas	3.97	3.85	4.07	4.17	3.96	3.83	3.67	3.82
Ciencias Naturales	3.95	3.81	4.01	4.12	3.96	3.92	3.51	3.76
Derecho	4.08	3.99	4.16	4.26	4.13	4.14	3.98	4.00
Ingeniería	4.02	3.85	3.99	4.09	4.04	4.03	3.61	3.81

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Análisis de Varianza (ANOVA).

Origen de las variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad	Valor crítico para F
Facultades	0.4735	5	0.0947	19.4198	3.18×10^{-9}	2.4851
Rasgos	0.8858	7	0.1265	25.9462	4.52×10^{-12}	2.2852
Error	0.1707	35	0.0049			
Total	1.5300	47				

Fuente: Elaboración propia.

Del análisis de la varianza se ha encontrado diferencias significativas para las facultades (F empírica = 19.42 > $F_{0.05, 5, 35}$ = 2.4851) y también se obtuvieron diferencias entre los rasgos (F empírica = 25.94 > $F_{0.05, 7, 35}$ = 2.2852), lo cual nos indica que no hay relación entre la facultad en la que estudian los alumnos de la UNACAR y los rasgos de personalidad emprendedora.

Aunado a la prueba de ANOVA, se elaboraron tablas de contingencia para las medianas de cada uno de los rasgos con la finalidad de probar si la pregunta ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio? afecta en la calificación del rasgo.

Tabla 9. Tabla cruzada Mediana Autoeficacia vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	1	1	2
(1) Totalmente en desacuerdo	0	7	6	13
(2) En desacuerdo	0	11	10	21
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	43	36	79
(4) De acuerdo	1	169	194	364
(5) Totalmente de acuerdo	1	103	98	202
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Tabla cruzada Mediana Autonomía vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	2	3	5
(1) Totalmente en desacuerdo	0	5	11	16
(2) En desacuerdo	0	13	13	26
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	42	40	83
(4) De acuerdo	1	159	183	343
(5) Totalmente de acuerdo	0	113	95	208
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Tabla cruzada Mediana Innovación vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	4	5	9
(1) Totalmente en desacuerdo	0	4	8	12
(2) En desacuerdo	0	10	11	21
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	50	41	91
(4) De acuerdo	1	174	179	354
(5) Totalmente de acuerdo	1	92	101	194
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Tabla cruzada Mediana Locus de Control vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	8	5	13
(1) Totalmente en desacuerdo	0	6	8	14
(2) En desacuerdo	0	13	15	28
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	26	25	51
(4) De acuerdo	1	124	139	264
(5) Totalmente de acuerdo	1	157	153	311
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Tabla cruzada Mediana Motivación vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	7	2	9
(1) Totalmente en desacuerdo	0	5	7	12
(2) En desacuerdo	0	10	11	21
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	41	41	82
(4) De acuerdo	1	151	159	311
(5) Totalmente de acuerdo	1	120	125	246
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Tabla cruzada Mediana Optimismo vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	3	4	7
(1) Totalmente en desacuerdo	0	3	11	14
(2) En desacuerdo	0	9	10	19
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	43	39	82
(4) De acuerdo	1	172	165	338
(5) Totalmente de acuerdo	1	104	116	221
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Tabla cruzada Mediana Tolerancia al Estrés vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	7	2	9
(1) Totalmente en desacuerdo	0	6	12	18
(2) En desacuerdo	0	14	42	56
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	106	108	214
(4) De acuerdo	2	147	113	262
(5) Totalmente de acuerdo	0	54	68	122
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Tabla cruzada Mediana Toma de Riesgos vs. ítem ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?

	No contestó	No	Si	TOTAL
(0) No sabe	0	5	4	9
(1) Totalmente en desacuerdo	0	4	7	11
(2) En desacuerdo	0	13	12	25
(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	80	72	152
(4) De acuerdo	2	137	150	289
(5) Totalmente de acuerdo	0	95	100	195
TOTAL	2	334	345	681

Fuente: Elaboración propia

Para realizar el contraste se utiliza la prueba U de Mann-Whitney, ya que como mencionan Rivas-Ruiz, et. al. (2013): “permite comparar dos medianas, ya sea que provengan de una variable ordinal o de una cuantitativa con libre distribución”. (p. 418).

Hipótesis

H0: La calificación del rasgo de emprendedor NO es diferente si la familia tiene o ha tenido algún negocio.

H1: La calificación del rasgo de emprendedor es diferente si la familia tiene o ha tenido algún negocio.

Tabla 17. Resultados prueba U de Mann-Whitney por rasgo.

Rasgo	U de Mann-Whitney	Valor P	Decisión
Autoeficacia	56898	0.762	Acepta H_0
Autonomía	54435	0.187	Acepta H_0
Innovación	56433	0.613	Acepta H_0
Locus de Control	56860	0.756	Acepta H_0
Motivación	55825	0.461	Acepta H_0
Optimismo	57174	0.851	Acepta H_0
Tolerancia al Estrés	53717	0.109	Acepta H_0
Toma de Riesgos	57063	0.823	Acepta H_0

Fuente: Elaboración propia.

Dado que en todos los rasgos evaluados el valor de P es mayor que el de significancia (0.05) utilizado en la prueba, podemos observar que no hay diferencia en la calificación de las medianas de cada rasgo ya sea que sus familiares hayan tenido o tengan un negocio.

Conclusiones

En general los estudiantes de la UNACAR poseen rasgos de personalidad emprendedora por debajo de los recomendados, considerando que los valores de 4 y mayores significan respuestas positivas para determinar si se cuenta con dichos rasgos. Los rasgos de personalidad emprendedora que menos poseen los estudiantes son: autonomía, tolerancia al estrés y toma de riesgos, mientras que aquellos que están por encima del promedio obtenido para la institución son: autoeficacia, innovación, locus de control, motivación de logro y optimismo.

Derivado de las prueba estadística de ANOVA se puede concluir que existe una diferencia significativa entre los promedios de los rasgos, la cual también se ve afectada por la Facultad evaluada.

Mediante la prueba U de Mann-Whitney se descartó que el factor de que los familiares de los alumnos encuestados tengan o hayan tenido un negocio impacte en la calificación de los rasgos evaluados en la investigación.

Bibliografía

- Arroyo-Vázquez, M. & Jiménez-Sáez, F. (2008). La incorporación de la innovación y el emprendedurismo en la Educación Superior: una formación de futuro. (Trabajo presentado al V Congreso Iberoamericano de Docencia Universitaria). Recuperado de: http://digital.csic.es/bitstream/10261/17160/1/AC235_1_526-ARROYO%20JIMENEZ%20Docencia%20Universitaria.pdf
- Autio, E. (2007). Global Report on High-Growth Entrepreneurship, 9. Recuperado el 20 de enero de 2014, de <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/globalresearch/gem/Documents/gem-2007-global-high-growth-entrepreneurship.pdf>
- Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, Vol. 6, (2). 83-102. DOI: <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Escolar Llamazares, M. Camino, Palmero Cámara, Carmen, Luis Rico, Isabel, Baños Martínez, Vanesa, Gañán Adánez, Ángel, Santos González, Josefa, Sánchez, Ana Isabel, Jiménez Eguizábal, Alfredo (2015) JÓVENES Y ESPÍRITU EMPRENDEDOR: AUTOEFICACIA, MOTIVACIÓN Y PROCESOS PSICOLÓGICOS. *International Journal of Developmental and Educational Psychology* [en línea] 2015, 2 [Fecha de consulta: 15 de octubre de 2017] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo>.

oa?id=349851784014> ISSN 0214-9877

- Espíritu Olmos, R; (2011). Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad. *Multiciencias*, 11() 65-75. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851009>
- Espíritu Olmos, R., & Moreno Zacarías, H., & Priego Huertas, H. (2012). Rasgos de personalidad innovación y autoestima en la intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Multiciencias*, 12 , 52-58.
- Gobierno del Estado de Campeche. Plan Estatal de Desarrollo 2015-2021. Recuperado de <http://www.campeche.gob.mx/ped2015-2021>.
- Fayolle, A. (2013): Personal views on future of entrepreneurship education". *Entrepreneurship Regional Development: an international Journal*.
- Hitty, U. y O'Gorman, O (2004) "What is Enterprise Education? An analysis of objectives and methods of enterprise education programs in four European countries". *Education + Training*
- Marulanda Valencia, Flor Á., Montoya Restrepo, Iván A., Vélez Restrepo, Juan M., Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración [en línea]* 2014, 30 (Enero-Junio) : [Fecha de consulta: 04 de octubre de 2017] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225031330010>> ISSN 0120-4645
- Merino, M. & Vargas, D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, (46), 38-54. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238004>
- Muñiz, J; Suárez Álvarez, J; Pedrosa, I; Fonseca Pedrero, E; García Cueto, E; (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema*, 26() 545-553. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72732458017>
- Núñez Ladeveze, L. y Núñez Canal, M. (2016): "Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.069 a 1.089 <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1135/55es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2016-1135
- Páez S., D., & García R., J. (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la universidad nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 52-69.
- Poder Ejecutivo Federal. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de: <http://pnd.gob.mx/>
- Ruiz-Rivas, R., Moreno-Palacios, J., & Talavera, J. (2013). Diferencias de medianas con la U de Mann-Whitney. *Revista médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 51 (4), 414-419.
- Sánchez, J., Caggiano, V. y Hernández, B. (2011) Competencias emprendedoras en la

educación universitaria. INFAD Revista de Psicología. Vol 3. (1). 19-28.

Santos Curado, M., & Vitorino Teles, J., & Marôco, J. (2013). Análisis estadístico de escalas ordinales. Aplicaciones en el Área de Salud infantil y Pediatría. *Enfermería Global*, 12 (2), 434-445.

Suárez-Álvarez, J; Pedrosa, I; (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, 37(1) 62-68. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77844204008>

Suárez-Álvarez, J. (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora (Tesis doctoral). Universidad de Oviedo, Oviedo, España. Recuperado el 04 de octubre de 2017 de <http://hdl.handle.net/10651/37387>

Sung Park, S. Y Duarte Masi, S. (2015) El perfil emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*. Vol. 11 (2). 291-314. Recuperado el 16 de octubre de 2017 el <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271/239>

UNACAR. (2012). Modelo Educativo Acalán. Fomento Editorial de la Universidad Autónoma del Carmen, México.

El emprendimiento en jóvenes universitarios. La vocación emprendedora y el perfil generacional de los estudiantes universitarios

Camilo Márquez de Anda, Ma. de la Luz Quezada Flores,
Ma. Guadalupe Serrano Torres, Graciela Susana Leal Lucio

Resumen

El presente capítulo muestra los hallazgos de una investigación diagnóstica realizada entre estudiantes de las carreras de Administración, Desarrollo de Negocios y Desarrollo e innovación Empresarial en la Universidad Tecnológica de León. Para realizarla se utilizó el instrumento Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora (BEPE) y se obtuvieron como principales resultados que los estudiantes de la UTL destacan en dimensiones de la personalidad emprendedora tales como *Locus de Control* y *Motivación de Logro*, pero muestran desventajas en las dimensiones *Tolerancia al Estrés* y *Toma de Riesgos*.

Palabras clave: Emprendedurismo, Milenials, factores del emprendimiento en jóvenes..

Abstract

This chapter show the findings of a diagnostic investigation among Administration, Business Development and Business Development and Innovation students in the Technological University of Leon. In order to do it, the Battery of Evaluation of the Entrepreneurial Personality instrument was used, and the main results were that the students of the Technological University of Leon excel in entrepreneurial personality dimensions such as *Locus of Control and Achievement Motivation*, but show disadvantages in *Stress Tolerance and Risk-Taking*.

Key words: entrepreneurship, determinants of entrepreneurship in university students..

Introducción

El espíritu emprendedor de las personas es un elemento que imprime dinamismo a la economía en el ámbito local y suele ser una fuente de innovación, empleo, productividad y crecimiento. Aunque los primeros modelos teóricos surgen a través de las ciencias económicas y sociológicas, la psicología ofrece modelos que integran a los individuos en aspectos como el cognitivo, actitudinal y de la personalidad, lo que proporciona un estudio mucho más detallado.

Suárez-Álvarez y Pedrosa (2016), de la Universidad de Oviedo, muestran los resultados de una investigación, en la cual se retoman las principales aportaciones de la Psicología al emprendedurismo. Para esto se revisaron los modelos e instrumentos de medida existentes. Entre las conclusiones del estudio se encontró que: *“Los resultados confirman que la personalidad emprendedora tiene una estructura multidimensional pudiendo destacar ocho dimensiones fundamentales: motivación de logro, autoeficacia, toma de riesgos, innovación, autonomía, tolerancia al estrés, locus de control interno y optimismo”* (Suárez y Pedrosa, 2016).

En un estudio que realizan estos autores, mencionan tres visiones del emprendedurismo, que se han dado a través del tiempo; primero desde la óptica de la Economía, que de alguna manera se centra en la toma de decisiones para optimizar los recursos de las organizaciones o países. Desde el punto de vista de la Sociología que tiene que ver con la comunidad en que se desenvuelve el individuo y su entorno escolar, que de alguna manera influye sobre todo si la enseñanza es reflexiva. La tercera es la visión desde la Psicología. Aquí se concluye que la conducta emprendedora es multidisciplinaria, por lo que se deben evaluar varios aspectos a la vez para conocer la capacidad de los individuos (Suárez y Pedrosa, 2016). Con la intención de conocer la realidad de los alumnos de la UTL respecto al desarrollo de la personalidad emprendedora, se les aplica un instrumento de evaluación, con el fin de saber hasta dónde cuentan los alumnos con esa ventaja competitiva.

Marco teórico

Podemos definir el emprendedurismo de la siguiente manera: *“Es el proceso por el cual una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea con fines de lucro o sociales, generando innovación y empleo”*. (Emprendimiento, 2014). Sin embargo, existen numerosas formas de aproximarnos al concepto según la intención o enfoque teórico que nos interese (Anzola, 2004):

- Definición económica: *“realización de un cambio de recursos de una zona baja en rendimiento a otra de alta productividad”*.
- Definición pragmática: *“creación de una pequeña nueva empresa”*.
- Definición operativa: *“aplicación del talento innovador para engrandecer una empresa ya existente”*.
- Definición general: *“hacer que las cosas sucedan”*.
- Definición popular: *“del dicho al hecho hay una actitud emprendedora”*.
- Definición política: *“luchar por convertir los sueños en realidad”* (Empresarial, 2004)

La palabra emprendedor deriva de la voz francesa «entrepreneur» (que a su vez viene del latín «inprendere» que significa acometer). Aparece a principios del siglo XVI, siendo utilizada inicialmente para referirse a los aventureros que viajaban al Nuevo

Mundo en búsqueda de oportunidades de vida. En 1755 el francés Richard Cantillón la definió por primera vez como el proceso de enfrentar la incertidumbre. Así se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y fue ligado más que nada a empresarios innovadores (Kuri, Castrejón, & Moreno, 2018) (Kun, Castrejón, & Moreno, 2012).

Según Zimmerer y Scarborough (1996) el origen del concepto emprendedor está basado en una teoría de economía y sociedad. De acuerdo con los mismos autores, Fue J.B. Say quien acuñó el término emprendedor alrededor de 1800, considerándolo en su alocución como una persona que cambia los recursos económicos, de un área de muy baja productividad, hacia otra área de la más alta productividad y rendimiento (Emprendimiento, 2014) (Kuri, Castrejón, & Moreno, 2018).

Características de los emprendedores

El término emprendedor ha sido utilizado para identificar a los individuos que estimulan el progreso económico mediante la búsqueda de nuevas y mejores formas de hacer las cosas. En el siglo xx, Joseph Schumpeter, el economista más asociado con el término emprendedor; describió a los empresarios como los innovadores que conducían un proceso de creación destructiva. En sus palabras, la función del emprendedor es reformar o revolucionar el patrón de producción. Esto es posible mediante la explotación de una innovación (Emprendedurismo, 2013).

Generalmente se atribuyen a los emprendedores algunas características y supuestos de actuación que, como veremos en el desarrollo del presente documento, pueden o no corresponder con el perfil que ha sido identificado por los modelos teóricos: tener los objetivos claros en la vida; creer en el propio proyecto; las cosas no suceden por sí solas, sino que uno mismo hace que sucedan; dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr nuestros objetivo; es necesario tomar riesgos en la vida y disfrutar de estos desafíos; disponer de gran energía; saber que actuar con honestidad es beneficioso; valorar la perseverancia y el esfuerzo; valorar de la educación permanente; comprometerse a trabajar con ética; comprometerse con los factores ambientales y sociales; comprometerse a tener estabilidad en las relaciones personales; ser un buen comunicador; darle la pasión del amor a lo que se hace; ver al fracaso como el camino hacia el éxito; adquirir conocimientos técnicos; ser consciente de que el primer capital y el más importante en un emprendimiento es uno mismo (Empresarial, 2004).

Una comparación de las características que los diferentes modelos teóricos atribuyen a los emprendedores con lo establecido en los perfiles de egreso de los programas de estudio de licenciatura, nos permite encontrar los siguientes rasgos en común (Anzola 2003):

1. Factores Motivacionales: Necesidad de logro; necesidad de reconocimiento; percepción del beneficio económico;

Necesidad de interdependencia

2. Características personales: Iniciativa personal; capacidad de decisión; aceptación de riesgos moderados; estabilidad emocional/autocontrol

Orientación hacia metas específicas; Perseverancia/constancia; Responsabilidad personal

3. Características físicas: Energía; trabajo con ahínco
4. Características intelectuales: Versatilidad/flexibilidad; creatividad/imaginación/innovación; Planificación y seguimiento sistemático de resultados; capacidad para solucionar problemas; Planificación con límites de tiempo
5. Competencias generales: Liderazgo; orientación al cliente; exige eficiencia y calidad; dirección y gestión de empresa; red de contacto; comunicación (Kuri, Castrejón, & Moreno, 2018).

Dimensiones socio-psicológicas del emprendimiento

Aunque los primeros modelos teóricos para comprender el emprendimiento surgen a través de las ciencias económicas y sociológicas, la psicología ofrece modelos que integran a los individuos en aspectos como el cognitivo, actitudinal y de la personalidad, lo que proporciona un estudio mucho más detallado.

En años recientes han surgido análisis que, desde una perspectiva sociológica intentan aportar una visión completa de las variables del desempeño emprendedor. Según esta teoría los antecedentes familiares y la educación, son aspectos clave. El desarrollarse en un entorno emprendedor ejerce una influencia positiva de esta conducta. Por otro lado, la educación centrada en cómo aprender convierte la adolescencia en una etapa interesante. Esto se debe a que los estudiantes potencialmente emprendedores por medio de estos cursos pueden incrementar sus competencias, conocimientos y habilidades y por tanto se encuentran en ventaja respecto a los que no la reciben de esa manera (Suárez y Pedroza, 2016) .

Un modelo que aporta algunos elementos para entender la forma en que el entorno familiar, educativo y especialmente de interfaz con las tecnologías de la información y la comunicación va configurando nuevos perfiles de emprendimiento, es la caracterización de las generaciones de acuerdo a la época de nacimiento. Al respecto, Taylor (2005), citado por Ibáñez et al., (2008) caracteriza a la generación "Y", es decir, los jóvenes nacidos entre los años 1980 y 2000, a partir de conductas propias del posmodernismo, pues se han formado en un contexto de crítica a los métodos y valores establecidos, por lo que tienden a valorar las opiniones y preferencias personales sobre la verdad

o razón de la ciencia. Se caracterizan por haber nacido y sido educados en ambientes altamente tecnológicos y poseer una fuerte cultura cliente-servicio. Por lo anterior, para ellos la educación es una mercancía para ser adquirida y consumida y esperan que su aprendizaje sea lo más rápido, entretenido y sencillo posible mientras invertir menos tiempo y obtener más aprendizaje. Prefieren la práctica a la teoría, las tareas grupales a las individuales y la información en formato digital a los libros. Tiene mucha dificultad para plantear y resolver problemas, para seguir una argumentación o una demostración. Presentan, además, dificultades para planificar a largo plazo (Ibañez, Cuesta, Tangliabue, & Zangaro, 2008).

La perspectiva psicológica nos permite apreciar que la conducta emprendedora está influenciada por múltiples factores como son aspectos económicos, sociales y personales. Por eso se piensa en una conducta multidimensional. Por tanto, desarrollar modelos integrales que reflejen la conducta del emprendedor debe tener en cuenta las diferentes dimensiones de manera integral. En primera instancia se propone un modelo integral del espíritu emprendedor que recoge lo más importante de los principales modelos desarrollados hasta la fecha adicionando a éstos los últimos hallazgos encontrados en la investigación de la personalidad emprendedora. Esto da como resultado un modelo comprensivo que contiene los principales aspectos de la personalidad emprendedora. A este modelo se le llama: "El modelo integral del espíritu emprendedor" y nos puede servir como algo preliminar que nos permita realizar nuevas investigaciones. Aunque el modelo es conveniente ya que demuestra estar conectado a la actividad emprendedora se necesita mayor investigación para poder relacionar las variables en su conjunto. El modelo se dirige más a las dimensiones que se identifican con el desarrollo personal, que a su vez está influenciado por las variables del contexto socioeconómico, como la educación, la familia, la cultura y el sistema de normas, leyes y regulaciones de los países (Suárez y Pedrosa, 2016).

Entre los modelos de desarrollo personal sobresalen los de inteligencia emocional, ya que la relación que ésta presenta con los aspectos como la innovación, la motivación de logro o la eficacia, es importante. Otra parte del modelo que resulta fundamental es el aspecto cognitivo, donde se incluyen constructos como los estilos cognitivos, la creatividad, y la inteligencia. En los últimos años los estudios de la personalidad han cobrado especial fuerza, de las cuales se distinguen dos enfoques: investigadores que prefieren utilizar rasgos generales de personalidad, conocidos como Big Five; y quienes proponen utilizar rasgos más específicos y próximos a la actividad emprendedora (Suárez y Pedrosa, 2016).

Los primeros argumentan que los factores: extraversión, estabilidad emocional, responsabilidad, amabilidad y apertura a la experiencia, explican alrededor del 13% de la varianza de la actividad emprendedora y alrededor del 10% del éxito empresarial y se correlacionan con la actividad de los empresarios y ejecutivos. Más exacto, las dimensiones de responsabilidad y apertura a la experiencia son las que presentan

una mayor relación tanto con la conducta emprendedora como con el rendimiento empresarial. Existen otros factores que se utilizan en esta corriente pero son mucho menos representativos. También se usan factores evaluados por el Eysenck Personality Questionnaire Revisado Furnham, y los 16 factores de la personalidad de Cattell. Y otros menos representativos y evaluados por el Eysenck Personality Questionnaire Revisado Furnham, y los 16 factores de la personalidad de Cattell.

Los rasgos específicos de personalidad que parecen estar más relacionados con la personalidad emprendedora serían: motivación de logro, autoeficacia, toma de riesgos, innovación, autonomía, tolerancia al estrés, locus de control interno y optimismo (Baum et al; Muñiz et al., Rauch y Frese; Suárez-Álvarez et al; Zhao et al). (Suárez y Pedrosa, 2016).

Instrumentos de evaluación

Se han desarrollado múltiples instrumentos para evaluar la conducta emprendedora, en distintas lenguas y dirigidos a colectivos específicos como adolescentes o jóvenes universitarios. (Suárez y Pedrosa, 2016).

Existen asociaciones que otorgan una valoración global respecto a la calidad de los instrumentos de medida en función de establecidos por la Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos (EFPA) para la evaluación de los tests (Evers et al.) y los Estándares para la Evaluación Educativa y Psicológica (American Educational Research Association, American Psychological Association y National Council on Measurement in Education). Algunos autores mencionan la validez de contenido sin embargo son pocos los que proporcionan datos basados en juicios de expertos e indicadores cuantitativos (Suárez y Pedrosa, 2016).

Estos autores mencionan que en España existen por lo menos cuatro instrumentos para evaluar la personalidad emprendedora: EIQ (Liñan y Chen, 2006); COE (Sánchez, 2010); META (Almeida, Ahmetoglu y Chamorro Premuzic, 2014) y BEPE (Muñiz et al., 2014). Cabe mencionar que éste último fue desarrollado en Inglaterra sin embargo se puede responder en español desde su página web. Para estos instrumentos la principal limitación es la falta de evidencia de validez de criterio. Aunque cuando se utilizan con fines de investigación pueden ser adecuados, no se pueden tomar decisiones importantes que afecten a personas. (Suárez y Pedrosa, 2016).

La interpretación de los nombres es como sigue: DIF = Funcionamiento diferencial de los ítems. SCI= Skills Confidence Inventory; GET2= General Enterprising Tendency v2; TAI= Entrepreneurial Aptitude Test; EIQ= Entrepreneurial Intention Questionnaire; COE= Cuestionario de orientación emprendedora; META= Measure of Entrepreneurial Talents and Abilities; BEPE= Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora.

La Batería para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora (BEPE; Muñiz et

al., 2014; Suárez-Álvarez et al., 2014), que es el instrumento utilizado en la presente investigación, es un cuestionario que ofrece una evaluación conjunta de los rasgos de la personalidad emprendedora además de estar dirigida a la población adolescente, lo que le permite detectar a tiempo los potenciales emprendedores. Consta de 87 ítems y ha demostrado validez de contenido mediante expertos.

Otra alternativa desarrollada en años recientes es la que propone el Centro Psicométrico de la Universidad de Cambridge, que consiste en la evaluación de la personalidad basada en ordenadores (i.e. indicadores obtenidos a través de redes sociales como Facebook o Twitter), pues se considera que puede ser más precisa y válida que la realizada por seres humanos (Youyou, Kosinski y Stillwell). (Javier Suárez Álvarez, 2016)

Validez de los instrumentos de evaluación

En un trabajo realizado por Pedrosa et al. revisan la evolución histórica de la validez de contenido, presentando los métodos de estudio que más se utilizan en su estimación. El concepto de validez de contenido se ha venido modificando con el paso del tiempo, sin embargo estos cambios están relacionados con el tipo de evidencia requerida para su estudio y los mejores métodos para encontrar esa evidencia. En cuanto a su definición, ésta se ha mantenido estable. "En la actualidad, la validez de contenido se considera condición necesaria (aunque no suficiente) para realizar interpretaciones de las puntuaciones en los tests" (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013).

Según la edición más reciente de los «Estándares para el uso de tests psicológicos y educacionales» (American Educational Research Association [AERA], American Psychological Association [APA], y National Council on Measurement in Education [NCME], 1999), «validez se refiere al grado en que la evidencia y la teoría apoyan las interpretaciones de las puntuaciones en los tests» (1999, p. 9). (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013)

Las comisiones internacionales establecen cinco fuentes de evidencia de validez: contenido, procesos de respuesta, estructura interna, relaciones con otras variables y consecuencias de la evaluación (AERA, APA y NCME, 1999) (Citado por Pedrosa et al.).

Los trabajos de Rulon, Mosier y Gulliksen podrían considerarse los precursores del concepto de validez, según Ciresi. Los cambios que ha tenido el concepto de validez, han ido encaminados a otorgarle mayor importancia como fuente de validez que es su función operativa (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013).

Por su parte la APA publica las primeras "Recomendaciones técnicas para los tests psicológicos y técnicas diagnósticas" (APA, 1952) hasta los últimos «Estándares para el uso de tests psicológicos y educacionales» (AERA, APA y NCME, 1999), lo que ha logrado el incremento de su protagonismo. Actualmente es una de las principales fuentes de evidencias de validez.

Sireci, citado por Pedrosa, menciona dos fuentes principales de evidencias de validez de contenido: la definición del dominio y la representación del dominio. La primera se refiere a la definición operativa del contenido. El segundo elemento, la representación del dominio, abarca tanto la representatividad como la relevancia (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013).

Métodos basados en el juicio de expertos

Se caracterizan por contar con varios expertos que proponen los ítems o dimensiones que deben contener el cuestionario o evalúan los ítems de acuerdo a su relevancia y representatividad, en base a una escala tipo Likert.

Método basado en el Análisis Factorial (Tucker)

Se basa en "el análisis factorial de las puntuaciones otorgadas por los expertos en cuanto a la relevancia de los ítems, pudiendo obtener dos factores diferenciados. El primero de ellos, puede interpretarse como una adecuación muestral de los ítems para constituir un test, al considerar el test como una muestra representativa de la variable de interés. Por otra parte, el segundo permite detectar las diferencias de puntuaciones dadas en la evaluación de los expertos." (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013)

Índice de Validez de Contenido (Lawshe)

Lawshe propone uno de los índices más conocidos en este campo, el IVC. Lawshe, desde una orientación de la Psicología del Trabajo y las Organizaciones, planteó en su trabajo "Quantitative approach to content validity" un índice empírico para relacionar el contenido de un instrumento de selección de personal con el desempeño laboral. Este método, conocido como Panel de Evaluación del Contenido, consiste en la evaluación individual de los ítems de un test por parte de un grupo de expertos en la materia.

Índice de congruencia ítem-objetivo (Rovinelli y Hambleton)

Para éste, el juez debe valorar como +1 o -1 según el ítem mida o no el objetivo deseado y, aplicando sobre estos datos, la siguiente expresión: $I_{jk} = \frac{N(\bar{X}_{jk} - \bar{X}_j)^2}{2N - 2}$ siendo N el número de objetivos, la media de los jueces para el ítem j en el objetivo k y la media para el ítem j en todos los objetivos. Debe fijarse el grado de acuerdo mínimo esperado por el investigador para seleccionar los ítems adecuados. Índice de congruencia (Hambleton).

Rango Interpercentil Ajustado a la Simetría (Fitch, et al.)

En este milenio surgen surgen métodos como éste (conocido como IPRAS en inglés), los expertos deben valorar, en una escala tipo Likert de 9 puntos, la adecuación y relevancia de los distintos ítems. Posteriormente, para mantener el ítem en el instrumento final éste

debe, en primer lugar, presentar una mediana superior a 7 y, a continuación, existir un acuerdo entre los distintos expertos acerca del ítem. En este segundo punto es donde se calcula el rango interpercentil (IPR, en inglés) como medida de dispersión (idealmente entre el 30 y el 70%).

Coficiente de Validez de Contenido (Hernández-Nieto)

Al igual que otros éste permite evaluar el acuerdo de los expertos (entre tres y cinco) en cada uno de los ítems y al instrumento en general.

Índice de Validez Factorial (Rubio et al.)

Esté método es diferente ya que en cuanto a su perspectiva, no se centra en obtener un único índice de validez de contenido a partir del juicio de expertos, sino que combina la validez de contenido y la validez de constructo, para ofrecer una evidencia mucho más exhaustiva.

Índice Promediado de la Desviación Media (Claeys, Nève, Tulkens y Spinewine)

Finalmente, este método combina el IVC con la propuesta de estos autores en torno al Índice Promediado de la Desviación Media (Average Deviation Mean, ADm en inglés). (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013)

Métodos derivados de la aplicación del instrumento de medida

Además del juicio de expertos, existe otra manera de obtener la validez sustentada sobre metodología estadística. Analizando los datos obtenidos de la prueba, teniendo en cuenta tanto la puntuación total del test como las respuestas a cada elemento por los participantes evaluados (Sireci). Entre otras existe: el escalamiento multidimensional y el análisis de clusters, el análisis factorial o la Teoría de la Generalizabilidad. (Pedrosa, Suárez-Álvarez, & García-Cueto, 2013)

Metodología

Dada la importancia del emprendimiento en estos tiempos, resulta imprescindible conocer si los alumnos de la Universidad Tecnológica de León (UTL) han desarrollado ese tipo de personalidad que les ayude a enfrentar los retos de la sociedad actual. Para ello se formula la pregunta: ¿Tienen los alumnos de la UTL personalidad emprendedora? ¿Es posible determinar si los alumnos tienen personalidad emprendedora, a partir de la aplicación de la Batería de Evaluación de la Personalidad Emprendedora (BEPE)?

El objetivo de la investigación fue conocer si los alumnos de la UTL cuentan con la ventaja competitiva al poseer una personalidad emprendedora que les permita

desempeñarse de manera exitosa en su entorno laboral. Comprobar si es posible determinarlo mediante la aplicación de un instrumento de evaluación de la personalidad emprendedora.

Se trabajó con las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Los alumnos de la UTL muestran rasgos que corresponden con el perfil de personalidad emprendedora.

Hipótesis 1 Nula: Los alumnos de la UTL no muestran rasgos que corresponden con el perfil de personalidad emprendedora.

Hipótesis 2: El test aplicado permite determinar la personalidad emprendedora de los alumnos de la UTL.

Hipótesis 2 Nula: El test aplicado, no permite determinar la personalidad emprendedora de los alumnos de la UTL.

La presente investigación nos permite conocer hasta qué punto los estudiantes cuentan con rasgos de personalidad que les permita responder a las necesidades cambiantes del entorno. En caso de no ser positivo los resultados analizar en qué se ha fallado para corregir el procedo enseñanza aprendizaje. Con el aseguramiento de las condiciones para desarrollar las habilidades necesarias, los alumnos cuentan con competencias que les permiten desempeñarse con éxito en su desarrollo profesional.

La investigación comprende a los alumnos de la UTL de las carreras de Administración, Desarrollo de Negocios y Desarrollo e innovación Empresarial. Se tomó una muestra aleatoria de los alumnos y se aplicó el cuestionario. Se incluye solamente el campus de León y solamente las carreras mencionadas.

Materiales y métodos

En primer lugar, se realizó una investigación documental, con el fin de conocer a fondo el tema de emprendedurismo. Se consultó bibliografía sobre el tema cuyo contenido va desde la definición del término, pasando por las características qe algunos autores proponen para medir la personalidad emprendedora. Finalmente, conocemos los instrumentos que a lo largo del tiempo se han venido desarrollando y cómo han evolucionado al igual que los métodos para conocer la validez de contenido del instrumento de evaluación de la personalidad emprendedora. Todo lo anterior conformó el marco teórico.

Como segundo paso, se procedió a conocer el instrumento de evaluación (el cual fue proporcionado por la Universidad Politécnica de San Luis Potosí) para colocarlo en una plataforma electrónica, conocida como Moodle, para proceder posteriormente a programar su aplicación a la muestra aleatoria establecida, habilitando el acceso a los seleccionados. En nuestro caso, se aplicó en la Universidad Tecnológica de León (UTL)

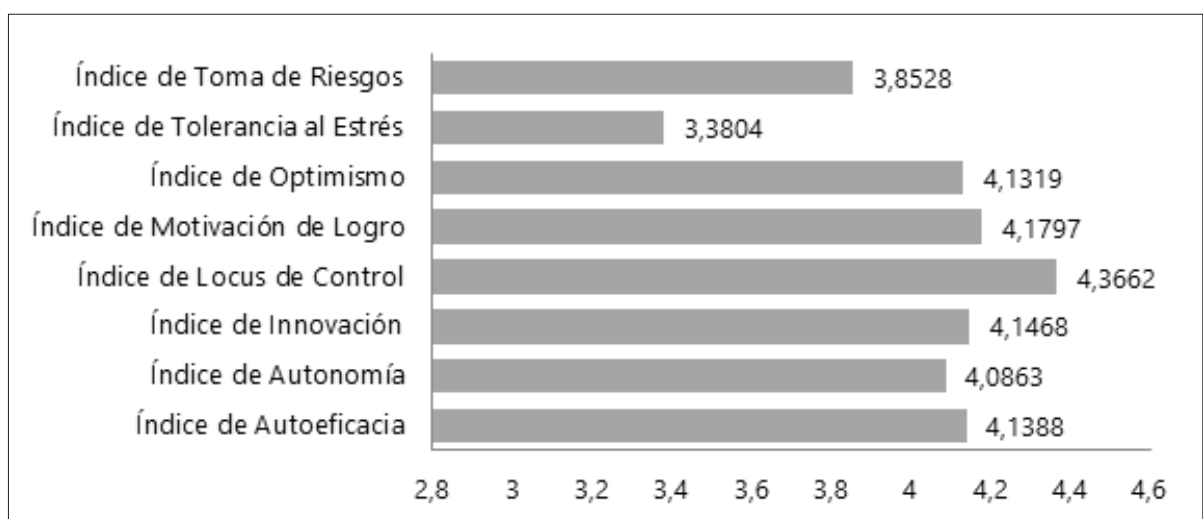
quedando a disposición de los alumnos de las carreras de Técnico Superior Universitario en: Administración, Turismo, Desarrollo de negocios, Logística y Transporte y los grupos de Ingeniería en Diseño e Innovación Empresarial. Se habilitó en sistema para que cada alumno de estas carreras tuviera acceso a la encuesta y por medio de su matrícula se habilitara la opción de llenado de la encuesta. Se mantuvo habilitada la opción por una semana y después de este tiempo se obtuvieron 293 encuestas válidas contestadas. Después de revisar las encuestas aplicadas se diseñó una base de datos, misma que fue analizada con el Software SPSS estadístico, con la finalidad de realizar un análisis de la totalidad de los datos y hacer comparativos mediante el resultado de los mismos. Al analizar la base de datos por medio del software mencionado, obtuvimos los resultados para que en la UTL procediéramos a obtener las conclusiones de cada uno de los datos y concluir en cada caso según los resultados.

Por último, se ofrecieron las conclusiones obtenidas, que ayudaron a comprobar las hipótesis generadas en el problema de investigación. Por este medio se determina lo que la universidad está realizando para el desarrollo de habilidades emprendedoras por parte de los alumnos que pertenecen a esta institución. De la misma manera se establece la capacidad para medir esas habilidades por medio de este instrumento de evaluación para finalmente proceder a indicar recomendaciones pertinentes en base a los resultados de la investigación.

Resultados

En la Figura 1 se muestran los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de evaluación de las características de la personalidad emprendedora a los alumnos de la UTL donde se consideraron las siguientes variables: toma de riesgos, tolerancia al estrés, optimismo, motivación al logro, locus de control, innovación, autonomía y autoeficacia.

Figura 1. Componentes del Emprendedurismo, UT León.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de la muestra.

	Componentes de Emprendedurismo	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Estándar
AE	Índice de Autoeficacia	293	1.44	5	4.1388	0.5287
AU	Índice de Autonomía	293	1.71	4.93	4.0863	0.4288
IN	Índice de Innovación	293	1.27	5	4.1468	0.4899
LC	Índice de Locus de Control	293	1	5	4.3662	0.5152
ML	Índice de Motivación de Logro	293	1.36	5	4.1797	0.5306
OP	Índice de Optimismo	293	1.91	5	4.1319	0.5201
TE	Índice de Tolerancia al Estrés	293	1.36	4.91	3.3804	0.5599
TR	Índice de Toma de Riesgos	293	1.57	5	3.8528	0.5196
	Índice General de Emprendimiento	293	1.66	4.8	4.0353	0.3994

Fuente: Elaboración propia.

En general podemos observar que las respuestas a los indicadores por parte de la muestra formada por los alumnos de la UTL, están por encima de la media, lo que indica la existencia de una fuerte inclinación al emprendedurismo. De alguna manera son conscientes de la necesidad de adaptarse a las condiciones cambiantes de su entorno y de enfrentarlo de manera proactiva en la mayoría de los casos. Podemos decir que han ido capaces de entender los signos de sus tiempos y se han adaptado de una forma exitosa en la nueva realidad que les ha tocado vivir. Esto viene a confirmar la primera hipótesis sobre el desarrollo de la personalidad emprendedora de los alumnos de la UTL.

Existen algunos indicadores que de manera particular se destacan de los demás, como el índice de locus de control que tiene que ver con la confianza que existe en el alumno de que el poder para controlar los eventos que lo afectan, se controlan dentro de sí mismo y no pertenecen al ámbito externo. Esto hace que se consideren dueños de su propio destino. El segundo indicador que muestra mayor fortaleza es el índice de motivación de logro. Esto nos indica que la principal motivación de los alumnos de la UTL es la orientación a la importancia de lograr las metas que se propone, que es uno de los tres grandes motivadores señalados por David McClelland, junto con el poder y socialización.

El indicador de índice de optimismo, junto con el de innovación y el de autoeficacia, tienen valores ligeramente más bajos que los mencionados anteriormente. Esto nos indica que, aunque los alumnos han escuchado y aprendido sobre la importancia de la

emprendería, aún no son capaces del todo, de incorporar este aprendizaje a sus vidas, para que logren transformarse en verdaderos emprendedores; lo saben, pero no es para ellos una norma de vida aún. En cuanto al índice de toma de riesgos es menor que los anteriores, ya que los riesgos causan temor y esta emocionalidad es desagradable y representa una amenaza para ellos, lo cual dificulta la innovación y el emprendedurismo.

Finalmente, en este mismo plano tenemos el indicador más bajo de todos que es el índice de tolerancia al estrés. Aunque está por encima de la media, definitivamente los alumnos tienen poca tolerancia a este estado emocional, por lo que podemos asumir que no tienen gran capacidad para trabajar bajo presión. Cuando realizamos la composición del lugar y hablamos de las condiciones que viven en sus casas estos alumnos, comentábamos que la situación tanto económica, como la inseguridad en la que viven, produce en ellos alteraciones emocionales que los lleva a reaccionar de manera agresiva en respuesta a las amenazas que intuyen presentes en el medio. Constantemente están escuchando las dificultades que existen en su entorno, lo que genera en ellos malestar, miedo y tensión llevándolos a vivir en un estado de ansiedad.

En la tabla 1 podemos observar el comportamiento de cada uno de los indicadores mencionados y la manera como se reflejan de acuerdo a las respuestas de la encuesta aplicada a los estudiantes de la UTL. Como se puede apreciar, tenemos claramente el indicador de índice de Locus de control y el de Motivación al logro, alejados de manera positiva de la media, mientras que el índice de tolerancia al estrés y el índice de toma de riesgos, con menores distancias de la media, aunque también mayores que ella.

En cuanto al instrumento que se utilizó para evaluar la personalidad emprendedora se considera adecuado al no tener desviaciones significativas en los resultados analizados de la aplicación del instrumento.

Conclusiones

La personalidad emprendedora se manifiesta a través de rasgos que pueden estar vinculados con factores sociodemográficos y económicos. Variables como la edad, y por lo tanto las características generacionales del individuo, así como el nivel de ingresos y la facilidad para conseguir empleo pueden estar relacionados con la conducta emprendedora de los estudiantes.

El perfil sociodemográfico de los estudiantes de la UTL por lo general corresponde a estudiantes de ingresos económicos bajos y medios; además de ello, sus edades oscilan entre los 18 y los 25 años, por lo que en su mayoría pertenecen a la generación "Y" o millennial. Estos factores generan un contexto de aspiraciones hacia la mejora en la calidad de vida que, al menos en parte, pueden explicar los altos puntajes obtenidos en la mayoría de las dimensiones de personalidad emprendedora analizados.

Sin embargo, se observa un déficit importante en los componentes Tolerancia al Estrés y Toma de Riesgos, lo que se interpreta como un componente actitudinal que limita su conducta emprendedora y puede traducir desconfianza en su propia capacidad para iniciar y conducir un negocio exitoso. Investigaciones posteriores pueden ayudar a vincular el perfil de egreso de los estudiantes para dotarlos de elementos que les permitan iniciar proyectos de emprendimiento y, en especial, les proporcionen elementos para conducir de manera exitosa un proyecto de negocios.

Bibliografía

- Bernardo López-Pinto Ruiz, M. M. (2008). Los pilares del marketing. Barcelona: EDICIONS UPC.
- Brittani, L. (5 de Diciembre de 2007). Study finds kids take longer to reach adulthood. Obtenido de Study finds kids take longer to reach adulthood: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y#cite_note-c5d4ad43-18
- Center, P. R. (28 de Mayo de 2015). Millennials in adulthood. Obtenido de Millennials in adulthood: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- Digital, T. (17 de Agosto de 2017). 10 tips para entender a los milenials y no morir en el intento. Obtenido de 10 tips para entender a los milenials y no morir en el intento: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y#cite_note-c5d4ad43-18
- Emprendedurismo (18 de julio de 2013). http://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprendedurismo.pdf. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprendedurismo.pdf: http://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprendedurismo.pdf
- Emprendimiento. (11 de 01 de 2014). <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>. Obtenido de <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>: <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>
- Empresarial, 2. (13 de Junio de 2004). <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprendedurismo.pdf>. Obtenido de <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprendedurismo.pdf>: <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprendedurismo.pdf>
- Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). (13 de Julio de 2016). Obtenido de www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

- Gary Armstrong, P. K. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson.
- Heimans, J. T. (s.f.). Undwertanding a new power; . Obtenido de Undwertanding a new power; : Harvard Bussines review. https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- Horovitz, B. (s.f.). After gen X millenials, wth shouldnext geneeration be?
- Howe, N. S. (s.f.). La próxima gran generación. Obtenido de lLa próxima gran generación: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- Ibañez, E., Cuesta, M., Tangliabue, R., & Zangaro, M. (12 de Diciembre de 2008). La generación actual en las univeridades: el impacto de los millenial, V jornadas de Sociología de la UNLP. Obtenido de La generación actual en las univeridades: el impacto de los millenial, V jornadas de Sociología de la UNLP: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.6146/ev.6146.pdf
- Inc., G. (28 de Febrero de 2016). Insurance companies have a big problems with millenials. Obtenido de Insurance companies have a big problems with millenials: Gallup.com.
- Informática, I. N. (17 de mayo de 2015). Página Prncipal/ Economía. Obtenido de Página principal/Economía: www.inegi.org.mx/
- Javier Suárez Álvarez, I. P. (18 de Julio de 2016). Evaluación de la personalidad emprendedora situación actual y linea de futuro. Obtenido de Evaluación de la personalidad emprendedora situación actual y linea de futuro: <http://www.redalyc.org/pdf/778/77844204008.pdf>
- Kathleen, S. (22 de Julio de 2004). El síndrome del nido lleno. Sobreviviendo el entorno de los hijos adultos. Obtenido de El síndrome del nido lleno. Sobreviviendo el entorno de los hijos adultos: desorden hadas publishing, ISBN 978-0-9726727-0-2
- Kun, E. Y., Castrejón, I. A., & Moreno, Y. G. (12 de Agosto de 2012). Propuesta de un programa de emprendedores para una institución de nivel superior. Obtenido de Propuesta de un programa de emprendedores para una institución de nivel superior: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/02_PF385_Desarrollo_de_Emprendedores.pdf
- Kuri, E. Y., Castrejón, I. A., & Moreno, Y. G. (21 de Diciembre de 2016). Respuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para una institución de educación superior. Obtenido de Respuesta de un programa de desarrollo de emprendedores para una institución de educación superior: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/02_PF385_Desarrollo_de_Emprended
- Marketing, D. (10 de Diciembre de 2014). Fobo, el nuevo síndrome que amenaza a los adolescentes de todo el mundo. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- marqueting, L. p. (2008). Bernardo López-Pinto Ruiz, Marta Ma Machuca, Jesus Viscarri Colomer. Barcelona: EDICIONS UPC.

- Oscar C. Aguilar Rascón, R. P. (2016). El estrés y su impacto en la productividad. México: Pearson.
- Pesrosa, I., Suárez-Álvarez, J., & García-Cueto, E. (02 de Julio de 2013). Evidencias sobre validez de contenido: avances teóricos y métodos para su estimación. Obtenido de Evidencias sobre validez de contenido: avances teóricos y métodos para su estimación: file:///E:/Desktop/congresos/Libro%20San%20Luis/344033718006.pdf
- Philip Kotler, G. A. (2012). Marketing. México: Pearson.
- población, a. c. (12 de Marzo de 2016). <https://www.am.com.mx/leon/local/crece-leon-en-poblacion-248587.html#ixzz4vh03nXZR>. Obtenido de <https://www.am.com.mx/leon/local/crece-leon-en-poblacion-248587.html#ixzz4vh03nXZR>: <https://www.am.com.mx/leon/local/crece-leon-en-poblacion-248587.html#ixzz4vh03nXZR>
- Romo, J. S., Reyes, M. B., & Martínez, I. S. (2000). Universidades Tecnológicas mandos medios para la industria. México : Noriega Editores.
- Sánchez, A. d. (2006). La trayectoria educativa de las universidades Tecnológicas. Un acercamiento al modelo educativo desde las practicas escolares de los jóvenes univesitarios. Colombia: Secretaría de Educación Superior.
- Schnarch Kirberg, A. (2013). Marketing para PYMES un enfoque para Latinoamérica. México: Alfaomega.
- Times, T. N. (24 de Septiembre de 2007). Coming of age in cyberspace. Obtenido de Coming of age in cyberspace: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- Training, D. C. (9 de Noviembre de 2015). Igniting millennialengagement, supervising similarities, distinctions and realities. Obtenido de Igniting millennialengagement, supervising similarities, distinctions and realities: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y
- William J. Stanton, M. J. (2007). Fundamentos de Marketing. México: McGraw-Hill Interamericana.

Análisis de la personalidad emprendedora como punto de partida para el desarrollo empresarial en Puerto Vallarta

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón, Elba Martina Cortes Palacios, José Luis Bravo Silva

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la personalidad emprendedora de los estudiantes de grado y posgrado que son la base para el desarrollo empresarial de Puerto Vallarta, Jalisco. El enfoque de investigación fue cuantitativo bajo el método deductivo, con alcance descriptivo y diseño no experimental. A través de una encuesta se evaluaron ocho dimensiones de la personalidad emprendedora en estudiantes del Centro Universitario de la Costa (CUC) de la Universidad de Guadalajara, lo que permitió identificar que las variables Locus de Control y la Autoeficacia son las dimensiones de la personalidad donde se observan mayores fortalezas, mientras que la Tolerancia al Estrés se manifiesta como la más baja.

Palabras clave: Personalidad emprendedora, desarrollo empresarial.

Abstract

The objective of this investigation was to analyze the entrepreneurial personality of the undergraduate and graduate students who are the foundation for business development in Puerto Vallarta, Jalisco. The research approach was quantitative under the deductive method, with descriptive scope and non-experimental design. Through a survey eight dimensions of the entrepreneurial personality were evaluated in the University Coast Center (UCC) of the University of Guadalajara, which allowed to identify that the Locus of Control and Self-efficacy variables are the dimensions of personality where greater strengths are observed, while Stress Tolerance manifests itself as the lowest.

Key words: Entrepreneurial personality, business development.

Revisión de la literatura

La palabra emprendedor tiene su origen en el francés "entrepreneur" (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí (Formichella, 2004)

Más adelante Jean-Baptiste Say, en 1803, presenta al emprendedor como la persona que dirige una empresa, es decir como un empresario especialmente un contratista

actuando como intermediario entre el capital y el trabajo. Para él lo importante es que "el empresario está expuesto a todos los riesgos mientras que aprovecha todo lo que puede serle favorable. Para Vidal (2012) los emprendedores son necesarios para asegurar el desarrollo económico; por lo tanto es importante considerar cómo se pueden identificar a estos emprendedores. Aunque se acepta que el comportamiento emprendedor es producto de algunas influencias, se mantiene, no obstante, que los determinantes importantes del comportamiento emprendedor son los rasgos de personalidad que presentan los individuos. Los emprendedores poseen rasgos característicos que los predisponen a actuar de manera emprendedora (García S. J., 2010)

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio (Kundel, 1991). Generalmente, el comportamiento emprendedor se ha relacionado con niveles moderados de propensión al riesgo en el individuo (McCelland, 1962). Algunos estudios han evidenciado que las personas que crean una nueva empresa y luchan porque salga adelante, pueden percibir y reaccionar al riesgo de forma diferente (Busenitz, 1997).

Otros estudios confirman una mayor propensión al riesgo en emprendedores fundadores de su propia empresa que en directivos de empresas ya creadas (Begley, 1987). La propensión al riesgo se convierte desde esta perspectiva en un predictor de la elección de carrera. Por ejemplo, Kolvereid (1996) encontró que el argumento "evitar asumir riesgos" es mencionado frecuentemente como un factor impulsor en la elección de empleo en organizaciones ya existente. Existen diferentes estudios acerca de las habilidades emprendedoras, desde su definición hasta el impacto de algunos cursos o programas en el desarrollo de estas habilidades. Alcaraz (2004), después de una revisión de más de cincuenta autores que a su vez citan a otros ciento cincuenta, selecciona las diez características de éxito de los emprendedores, con mayor mención en la revisión de literatura, las cuales son:

- Creatividad
- Iniciativa
- Autoconfianza (confianza en sí mismo)
- Energía y capacidad de trabajo
- Perseverancia
- Liderazgo
- Aceptación del riesgo
- Aceptación del riesgo
- Tolerancia al cambio
- Manejo de problemas

En la Tabla 1 se pueden apreciar las dimensiones esenciales que configuran la competencia emprendedora y sus valores asociados:

Tabla 1. Dimensiones de la competencia emprendedora y valores asociados.

Dimensión	Definición	Valores y actitudes asociados
Relacional 	Somos seres en relación, en comunicación con clientes, proveedores y otros profesionales. La comparación con otros en proyectos de talento compartido multiplica los resultados	Colaboración, confianza, cooperación, representación, sinceridad, tolerancia, mestizaje, empatía, liderazgo.
Motivacional 	La motivación de logro, las emociones proactivas, las creencias positivas, la realización del personal y la autonomía personal son esenciales para salir de la zona de confort y afrontar los retos con ilusión y valentía.	Coherencia, competencia, entusiasmo, esfuerzo, humildad, optimismo, perseverancia, valor y autonomía.
Innovadora 	La creatividad es una herramienta básica en el emprendedor, la capacidad de satisfacer nuevas necesidades, mejorar procesos, y aportar valor. Ello implica apertura y curiosidad, perseverancia, imaginación y también rigor.	Adaptabilidad, creatividad, curiosidad, imaginación, organización, intuición, profesionalidad, rigor y mejora.
Humanista 	Los buenos negocios los hacen las buenas personas, el emprendedor/a necesita una ética como principio personal y también como estrategia a largo plazo de la sostenibilidad de su negocio, construyendo relaciones de confianza con su negocio.	Confidencialidad, compromiso, honestidad, humanidad, prudencia, respeto, responsabilidad, sostenibilidad, transparencia y solidaridad.
Simbólica 	La capacidad de expresar las ideas en varios formatos comunicativos tanto visuales como auditivos y kinestésicos, es esencial para vender, intercambiar y comercializar nuestras ideas y productos, así como convencer para que apuesten por ellas.	Credibilidad, dialogo, seducción, expresividad, simpatía, afirmación, locuacidad, persuasión.

Fuente: Elaboración propia.

Existen diversos modelos para detectar las capacidades emprendedoras que existen en una economía. El Global Monitor Entrepreneurship (GEM) propone un modelo que identifica tres componentes principales del emprendimiento: 1) actitudes y aptitudes emprendedoras, 2) actividades emprendedoras y 3) aspiraciones emprendedoras (Acs & Szerb, 2009).

Cada uno de estos componentes ejerce influencia sobre los demás, y a su vez se encuentra determinado por numerosos factores del entorno. En relación con el primer y tercer componentes, actitudes y aspiraciones emprendedoras, existen diversas aproximaciones teóricas que reseñamos a continuación:

Modelo Prueba de Aptitud Emprendedora (TAI)

Las consideraciones sobre las diferencias entre empresarios y no empresarios con características psicológicas tales como aptitudes, rasgos de personalidad, actitudes, motivaciones y valores, llevaron a reflexionar sobre la posibilidad de crear instrumentos efectivamente capaces de detectar y medir éstas características (Page, 1971).

Modelo: Inventario de Confianza de Habilidades (SCI)

Este instrumento se encuentra constituido por seis subescalas de diez ítems cada una. Cada escala consiste en diez actividades, tareas o materias escolares relevantes a cada tema de interés propuesto por Holland (1997). Los sujetos evaluados deben estimar la confianza que poseen en sus habilidades para realizar exitosamente la actividad o tarea utilizando para ello una escala de tipo Likert que se extiende desde 1 (Ninguna confianza) a 5 (Completa confianza). Se han reportado estudios que confirman la validez de la escala, en los cuales se han observado una correlación significativa entre las subescalas correspondientes a los tipos realista, investigador, emprendedor y convencional y medidas de autoeficacia ocupacional para campos ocupacionales dominados por los varones (Zeldin, 2000)

Modelo GET2

Una tendencia emprendedora se define como la tendencia a poner en marcha y gestionar proyectos - personas altamente emprendedoras hacen esto con más frecuencia y son más innovadoras en su enfoque. La empresa puede expresarse iniciando su propio negocio, operando como intrapreneur dentro de una organización o estableciendo empresas comunitarias. Esta prueba de autoevaluación debe tomar unos diez minutos para completar y le dará una idea de su potencial emprendedor. Su capacidad de expresar su potencial emprendedor puede depender de las restricciones y contextos cambiantes en su vida y carrera.

Modelo de Intención Empresarial (EIQ)

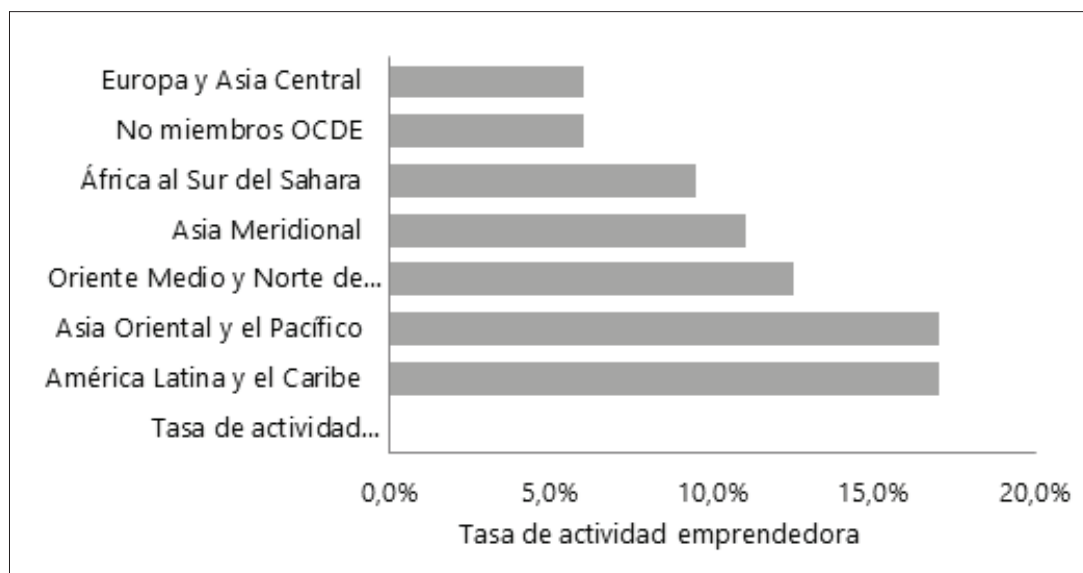
El modelo de intención empresarial se considera esencialmente adecuado para analizar la intención de convertirse en emprendedor. Por lo tanto, era necesario un instrumento para medir las intenciones y las otras variables en el modelo, así que, el Cuestionario de Intención Empresarial (EIQ) fue desarrollado para ese propósito. De manera que el EIQ integra los tres factores que influyen en el comportamiento (Ajzen, 2005).

Con base en el análisis teórico sobre las dimensiones de la personalidad desde los diferentes enfoques, estudios referenciales y modelos analizados se determina que, entre los diferentes factores para emprendimiento, los externos son aquellos sobre los que el emprendedor no tiene control ni influencia pero representan la oportunidad de emprender; y los internos como la actitud, aspiración, la capacidad, el entrenamiento y la motivación se ven reflejados en la personalidad emprendedora, la cual se integra por 8 dimensiones de acuerdo a las referencias teóricas, autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgos.

Tasa de Actividad Emprendedora

El segundo componente del modelo GEM son las actividades emprendedoras. Para dimensionarlo se creó el indicador *Tasa de Actividad Emprendedora* (TEA) que mide la cantidad de iniciativas emprendedoras de menos de tres años y medio existentes en una economía. En la figura 1 se puede apreciar la TEA registrada en 2012 en las diferentes regiones del mundo.

Figura 1. Tasa de actividad emprendedora por regiones (promedio 2004-2008).



Fuente: (Corporación Andina de Fomento, 2013).

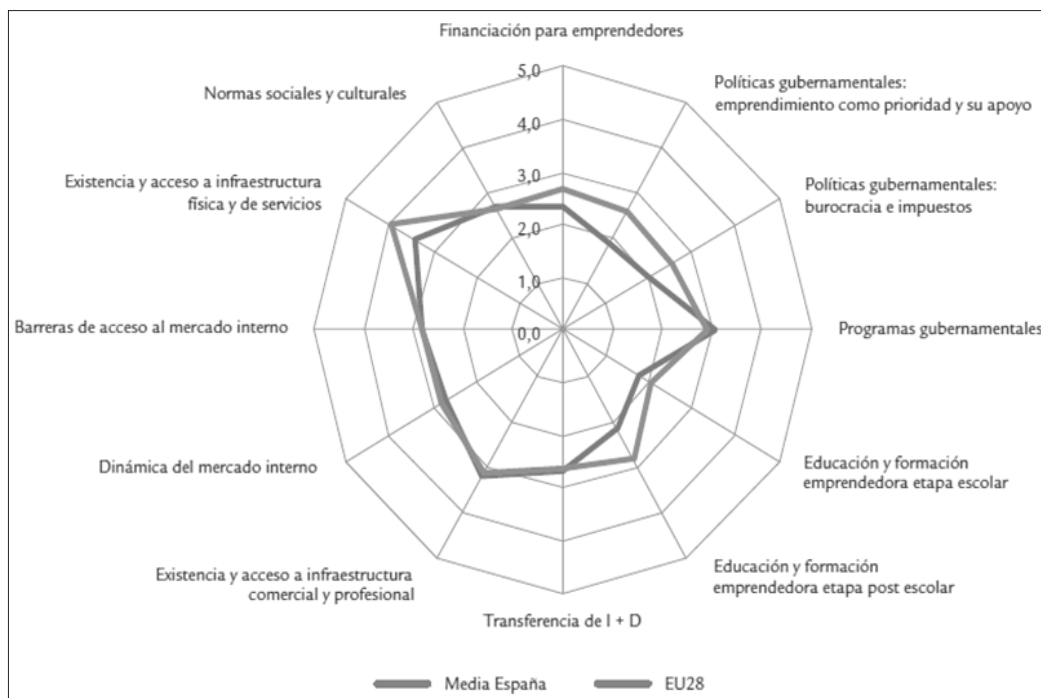
Tanto las actitudes emprendedoras como las aspiraciones emprendedoras son factores que influyen sobre la TEA. Sin embargo, este indicador también recibe influencia de otras condiciones asociadas al entorno económico e institucional. En la literatura sobre emprendimiento se habla de que por lo general existen dos motivaciones para emprender: la oportunidad y la necesidad. Cuando una persona emprende por necesidad se involucra en la puesta en marcha de un negocio de manera forzosa, debido principalmente a que no cuenta con posibilidades laborales que le satisfagan y

necesita encontrar una alternativa ocupacional. En cambio, una persona emprende por oportunidad cuando sus acciones responden predominantemente a la identificación de una solución a un problema o necesidad, cuyo potencial en el mercado hace deseable la puesta en marcha de un negocio, incluso teniendo ya una ocupación laboral (Asociación RED GEM España, 2016).

El crecimiento de la economía y las crisis económicas son factores que alteran la proporción de emprendedores por oportunidad y por necesidad; por ejemplo, en España se observó que en los años posteriores a la crisis global del 2008 y durante el período de recesión 2011-2013, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) relacionada con la oportunidad descendió de 80.1% en 2009, a 66.1% en 2014, mientras que durante el mismo período el emprendimiento por necesidad prácticamente se duplicó, pasando de 14.8 a 29.8%. A pesar de esta caída, las estadísticas marcan que aproximadamente por cada emprendedor en fase inicial motivado por necesidad hay dos emprendedores motivados por oportunidad (Asociación RED GEM España, 2016).

Indudablemente, el entorno institucional y las políticas de fomento económico influyen sobre el fenómeno del emprendimiento. La Figura 2 muestra el promedio de emprendimiento por dimensiones de la Unión Europea (color claro) en comparación con España (color oscuro).

Figura 2. Valoración media de los expertos sobre las condiciones del entorno para emprender en España y de los países de la UE28, año 2016.

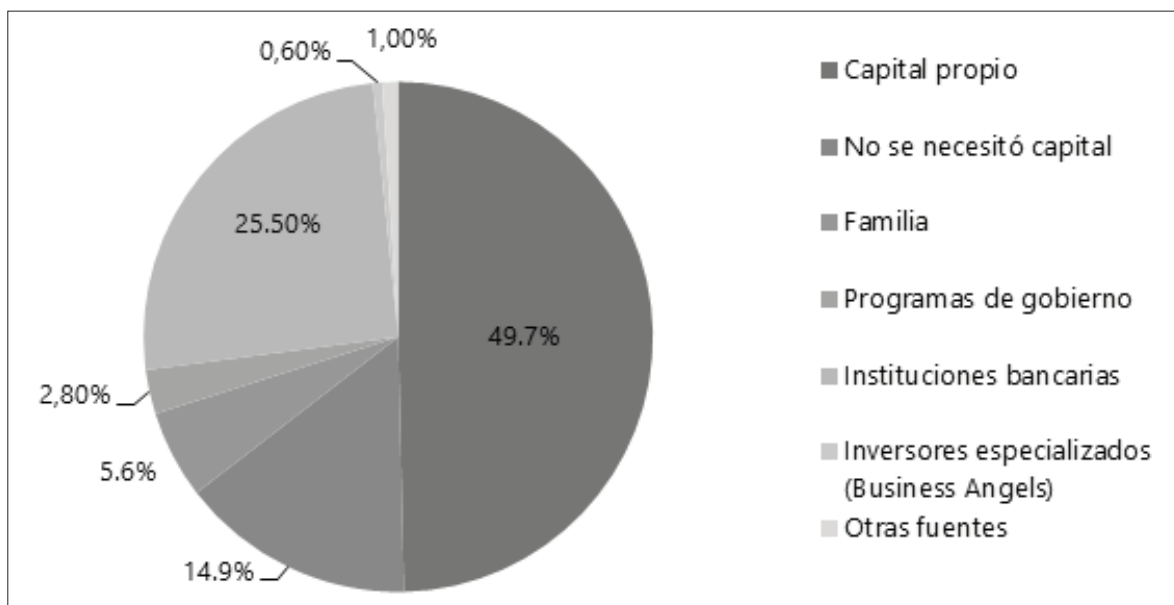


Fuente: GEM España, NES 2016.

En total se ilustran doce dimensiones: financiación para emprendedores, políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo, políticas gubernamentales: burocracia e impuestos, programas gubernamentales, educación y formación emprendedora en fase escolar, educación y formación emprendedora etapa post escolar, transferencia de I+D, existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional, dinámica del mercado interno, barreras de acceso al mercado interno, existencia y acceso a infraestructura física y de servicios y normas sociales y culturales. Como puede apreciarse, España se encuentra por debajo de la media en varias dimensiones, lo que representa una desventaja estructural que no se compensa con la sola existencia de programas gubernamentales enfocados a promover el emprendimiento.

Otro factor relevante mencionado en la literatura como crucial para facilitar el emprendimiento es la accesibilidad a los recursos económicos. La existencia de programas de financiamiento gubernamental, la facilidad para acceder al crédito bancario y la cultura del ahorro son elementos que influyen en la forma de configurar la mezcla de recursos necesarios para la apertura de un negocio. Así, podemos observar que en ambientes donde hay dificultades para acceder al financiamiento, como es el caso español, el capital propio, es decir, ahorro personal y/o familiar, siguen siendo la principal fuente de recursos para las iniciativas emprendedoras. (Figura 3)

Figura 3. Formas de financiamiento a las que se han accedido o se espera acceder el capital semilla.

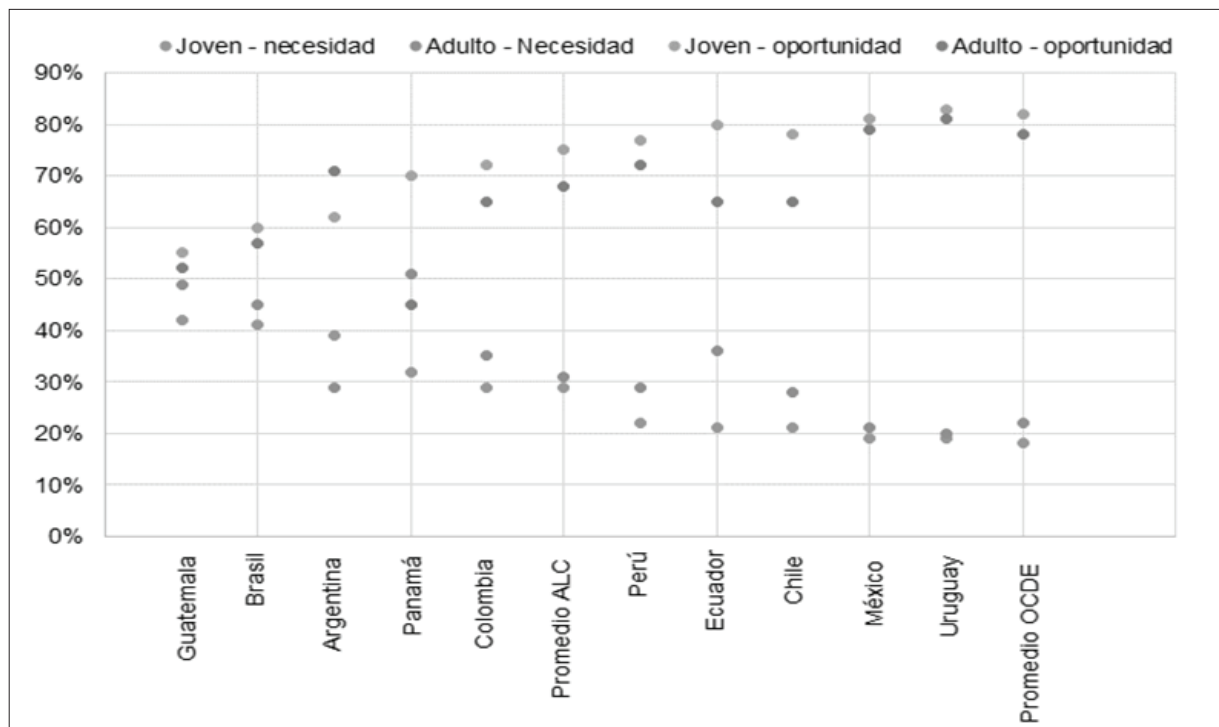


Fuente: GEM España, APS 2016.

Emprendimiento por necesidad/oportunidad en Latinoamérica

Como se mencionó anteriormente, las motivaciones para emprender pueden ser la necesidad o la oportunidad. Y esta clasificación puede a su vez analizarse por rangos de edad. En la figura 4 se muestra la forma en que se distribuyen las iniciativas de emprendimiento según su motivación y la edad del emprendedor en los países latinoamericanos.

Figura 4. Motivación para el emprendimiento en países de América Latina y el Caribe, y de la OCDE, 2015.

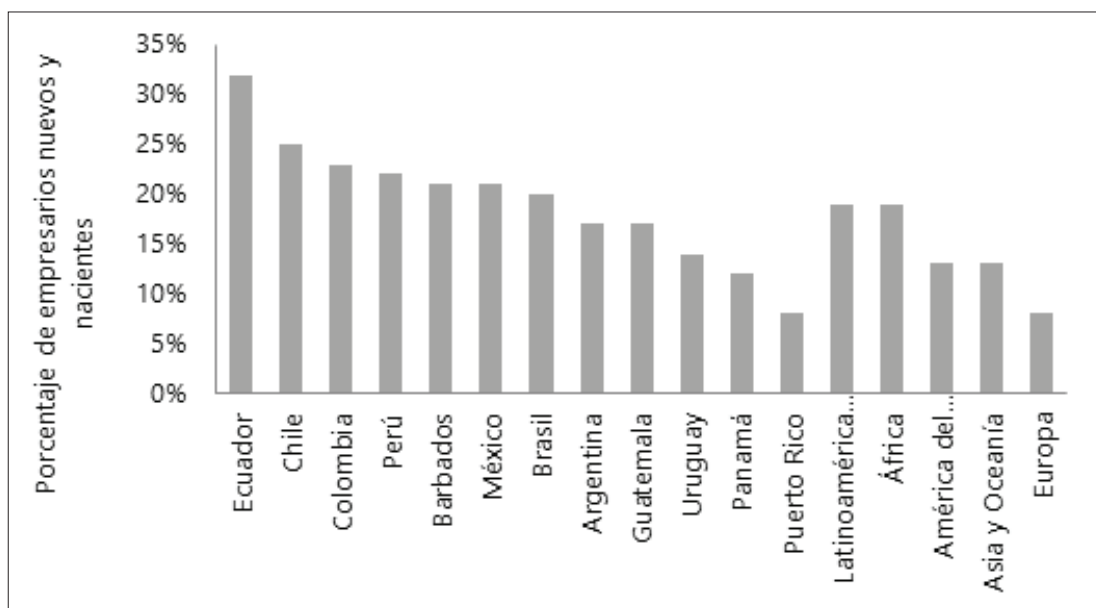


Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2015.

En la mayoría de los países de la región, el emprendimiento por oportunidad, tanto en jóvenes como adultos, supera al emprendimiento por necesidad, con excepción del caso de Panamá, donde el emprendimiento de adultos por necesidad es mayor que el de oportunidad en el mismo rango de edad. En la mayoría de los casos, el emprendimiento en adultos es también más intenso que en jóvenes, aunque hay casos como Argentina donde los emprendedores jóvenes por necesidad superan a los adultos, lo que nos sugeriría desajustes en la incorporación al mercado de trabajo.

En la Figura 5 se puede observar la distribución de la actividad emprendedora en fase temprana. En promedio la TEA en jóvenes para América Latina y el Caribe es equivalente a la observada en África, superando de manera significativa los valores observados para Norteamérica, Asia y Europa, lo que nos sugiere que el carácter emergente de estas economías y sus poblaciones predominantemente jóvenes son factores que favorecen la creación de iniciativas de negocio como alternativa de empleo para personas en edades tempranas. Para el caso latinoamericano destaca Ecuador, cuya TEA es superior al promedio con un 32% seguido por Chile con 24.9% y Colombia 22%.

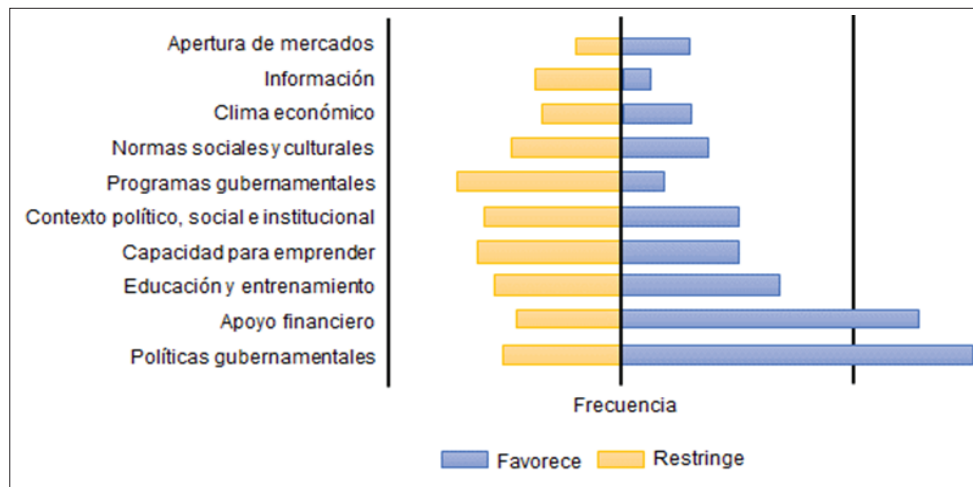
Figura 5. Actividad emprendedora total en fase temprana (TEA) en los países de ALC, con comparaciones globales.



Fuente: GEM 2015.

Por otro lado, los países que presentan un TEA por debajo de la media son Argentina (17%), Guatemala (17%), Uruguay (14%), Panamá (12.5%), y Puerto Rico (7%). En la Figura 6 se puede ver que los 10 factores más mencionados como dinamizadores del ecosistema emprendedor son: la apertura de mercados, la información, el clima económico, las normas sociales y culturales, los programas gubernamentales, el contexto político, social e institucional, la capacidad para emprender, la educación y entrenamiento, el apoyo financiero y las políticas gubernamentales.

Figura 6. Los diez factores más mencionados por expertos que favorecen el ecosistema emprendedor en ALC..



Fuente: GEM 2015.

Emprendimiento en México

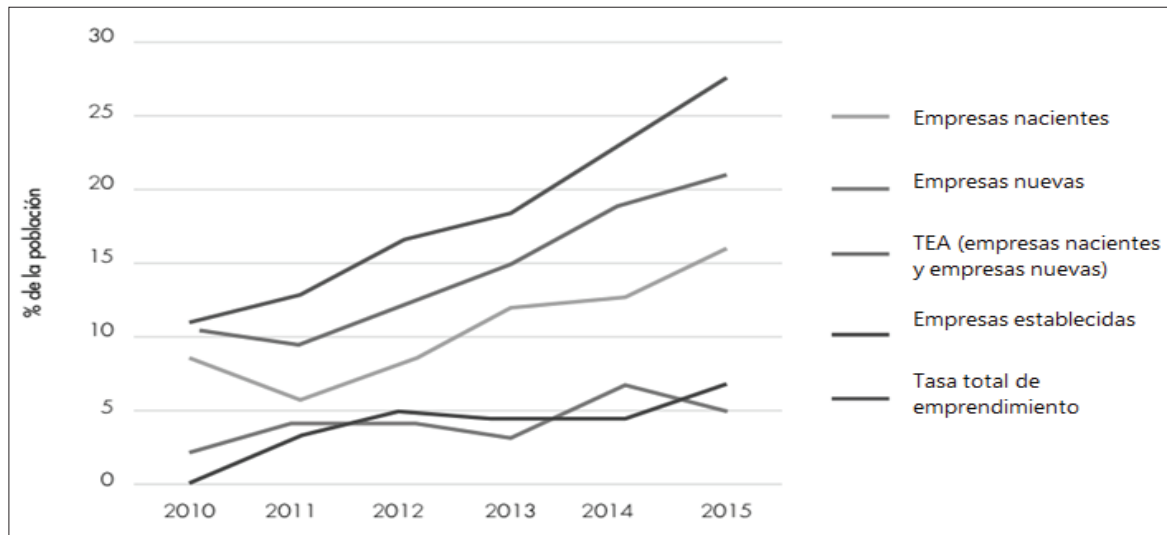
En México, el proyecto GEM recaba información desde 2001; en 2015 se incluyeron cinco regiones que tienen resultados de manera independiente: Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y una región coordinada por el campus Puebla que comprende 11 estados. La TEA, que incluye a las empresas nacientes y las que tienen menos de 3.5 años de operar, se duplicó al pasar de 10.5% en 2010 a 21% de la población adulta en 2015 (Tabla 2 y Figura 7). La tasa de empresas establecidas llegó a 6.9% de la población. Una tercera parte de los emprendedores tiene entre 25 y 34 años (Figura 8) y la mitad cuenta con estudios de secundaria únicamente (Naranjo, Campos, & López, 2015).

Tabla 2 Comparación del nivel de emprendimiento mundial y de latinoamerica con respecto a México.

	Nivel de emprendimiento				
	Naciente	Nuevos Negocios	TEA	Negocios Establecidos	Cierre
Mundial	8%	6%	13%	8%	3%
Latinoamérica	13%	8%	20%	9%	4%
México	16%	5%	21%	7%	5%

Fuente: GEM, 2015.

Figura 7. Evolución de las tasas de emprendimiento de acuerdo con la etapa de actividad emprendedora 2010-2015.

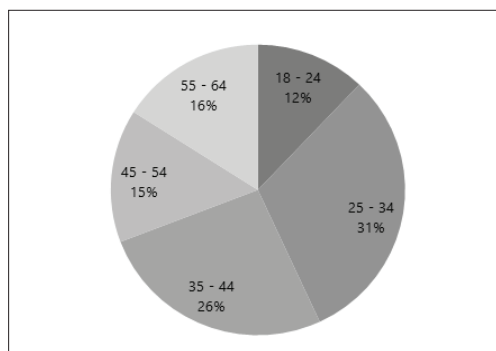


Fuente: GEM, Encuesta a Población Adulta (APS) 2010-2015).

La población adulta mexicana emprendedora en México presenta 5 características para su clasificación como emprendedores: género, edad, motivación, nivel de ingreso y nivel de educación (Naranjo, Campos, & López, 2015). Las empresas establecidas mantuvieron de 2010 al 2012 un crecimiento hasta que de 2012 a 2014 presentaron un estancamiento manteniéndose por debajo de los 5% de la población, sin embargo, en 2015 se fueron al alza sobrepasando los seis puntos porcentuales.

Es así como la tasa total de emprendimiento llegó a reflejar un 27% de la población en el año 2015, reflejando así un registro único e histórico. Respecto al emprendimiento por edad, en la Figura 8 se observa que el 31% como emprendedores se ubica en un rango de edad de 25-34 años; el 26% se encuentran en edades de 35-44 años, mientras que el 17.6% oscilan entre los 55-64 años; el 16.3% corresponde al bloque de 45-54 años y por último los más jóvenes que son de 18-24, representan el 12% de los emprendedores.

Figura 8. Porcentaje del TEA (2015) de emprendedores en cada grupo de edad.



Fuente: (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

De acuerdo con la estadística proporcionada por el GEM, el nivel de ingresos también es una característica sociodemográfica importante a la hora de emprender, ya que el 51.5% de los emprendedores manifestaron tienen un nivel de ingreso alto, mientras que aquellos que tienen un ingreso medio representan el 29.8%, y con 18.8% están los emprendedores que tienen un ingreso bajo. Por otra parte, en la Tabla 3 podemos apreciar que en México la intención emprendedora es menor que la del promedio latinoamericano, además de que se perciben menores capacidades para emprender (46%) y mayor miedo al fracaso (33%). Para el caso de Jalisco, es interesante observar que tanto la intención emprendedora como las percepción de oportunidades para emprender son inferiores al promedio nacional (17% y 39% respectivamente).

Tabla 3. Intenciones y percepciones respecto al emprendimiento de acuerdo al GEM.

	GEM	Latinoamérica	México	Jalisco
Intención Emprendedora	25%	33%	19%	17%
Percepción de oportunidades para emprender	42%	47%	45%	39%
Capacidades para emprender	50%	60%	46%	39%
Miedo al fracaso	39%	31%	33%	22%

Fuente: GEM, 2015.

Emprendimiento en Jalisco y en el municipio de Puerto Vallarta

Tanto el fenómeno del emprendimiento como las percepciones sobre el mismo están relacionadas con el llamado ecosistema emprendedor. Las incubadoras de negocios son un actor relevante en este ecosistema, ya que contribuyen a fortalecer las capacidades de los emprendedores, además de facilitarles el acceso a información y fuentes de financiamiento. Para el año 2012 se contabilizaron en México 218 incubadoras de tipo básico y 16 de alto impacto, de las cuales 38 se encuentran en el Estado de Jalisco (Red Jalisco Emprende, 2012), aunque de estas solo 27 están reconocidas ante la Secretaría de Economía por lo que ofrecen apoyos a Emprendedores y MiPyME's (Micro, Pequeña y Mediana Empresa), de acuerdo al Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM, 2017).

En la Tabla 4 se observa como de las treinta y ocho incubadoras empresariales que están establecidas en Jalisco, la mayores concentraciones se encuentran en Zapopan (13), y Guadalajara (7), mientras que los municipios de Puerto Vallarta, Tlajomulco de Zúñiga y Tlaquepaque cuentan con 3 incubadoras cada uno. Las restantes se encuentran distribuidas en Ameca, Arandas, Chapala, La Huerta, Lagos de Morelos, Ocotlán, Tamazula de Gordiano, Tequila y Zapotlán el Grande, municipios que cuentan con solo una incubadora.

Análisis de la personalidad emprendedora como punto de partida para el desarrollo empresarial en Puerto Vallarta

Tabla 4. Incubadoras de Empresas en Jalisco.

Directorio de Incubadoras de Empresas Red Jalisco Emprende				
N°	Institución	Municipio	Clasificación	Vocacionamiento
1	CEI Centro Universitario de la Costa	Puerto Vallarta	Tecnología Intermedia	Turismo, Biomédica, Proyectos Verdes de Desarrollo Sustentable.
2	CEI H. Ayuntamiento de Zapotlan el Grande	Zapotlán el Grande	Tradicional	Microempresa social, Agronegocios, comercialización, comercio en pequeño.
3	Centro de Competitividad e Incubación CMIC Jalisco	Guadalajara	Tecnología Intermedia	Industria de la Construcción en productos, servicios o comercialización. Desarrollo e innovación de materiales. Desarrollo de software especializado para el sector.
4	Centro de Emprendurismo e Incubación de CUCEA	Zapopan	Tradicional	Tecnologías de la Información, Diseño, Comercialización y Transformación Primaria (productos ya conocidos).
5	Centro de Emprendurismo e Incubación de CUCIENEGA	Ocotlán	Tecnología Intermedia	Ingenierías, Tecnologías de la Información y Sector del Mueble. Agronegocios.
6	Centro de Emprendurismo e Incubación de CUVALLLES	Ameca	Tecnología Intermedia	Agro negocios.
7	Centro de Emprendurismo e Incubación de Escuela Politécnica UDG	Guadalajara	Tecnología Intermedia	Alimentos, Química, Plásticos, Mecánica. Iniciativas relativas a la oferta educativa institucional.
8	Centro de Emprendurismo e Incubación de UNIVA Puerto Vallarta	Puerto Vallarta	Tradicional	Turismo, Servicios, Comercialización.
9	Centro de Emprendurismo e Incubación del ITSD Chapala	Chapala	Tecnología Intermedia	Tecnologías de la Información, Ingeniería Industrial, Turismo y Servicios.
10	Centro de Emprendurismo e Incubación del ITSD la Huerta	La Huerta	Tradicional	Agronegocios, Alimentos.

El emprendimiento y los jóvenes. Dimensiones psico-sociales

11	Centro de Emprendurismo e Incubación del ITSD Lagos de Moreno	Lagos de Moreno	Tecnología Intermedia	Ingeniería Industrial, Agronegocios, Comercio y Servicios.
12	Centro de Emprendurismo e Incubación del ITSD Tamazula de Gordiano	Tamazula de Gordiano	Tecnología Intermedia	Agronegocios, Alimentos e Ingenierías Industrial - Electromecánica.
13	Centro de Emprendurismo e INcubación del ITSD Tequila	Tequila	Tecnología Intermedia	Turismo, Ruta del Tequila. Ingeniería Industrial, Desarrollo Sustentable, Comercialización.
14	Centro de Emprendurismo e Incubación del ITSD Zapopan	Zapopan	Tecnología Intermedia	Tecnologías de la Información, Electrónica e Ingeniería Industrial.
15	Centro de Emprendurismo e Incubación UPJAL/UPZMG	Tlajomulco de Zúñiga	Tecnología Intermedia	Ingenierías. Ingeniería, Diseño, Textil.
16	Centro de Emprendurismo y Desarrollo Empresarial del ITSD Arandas	Arandas	Tecnología Intermedia	Agronegocios, Alimentos e Ingeniería Industrial.
17	Centro de Emprendurismo, Capacitación, Investigación y Vinculación del ITSD Puerto Vallarta	Puerto Vallarta	Tecnología Intermedia	Ingenierías, Sistemas Computacionales y Comercialización.
18	Centro de Ideas Productivas UTZMG	Tlajomulco de Zúñiga	Tecnología Intermedia	Energías Renovables y Desarrollo Sustentable. Microempresas y Comercialización.
19	Centro de Incubación de Empresas de la Universidad Tecnológica de Jalisco UTJ	Guadalajara	Tecnología Intermedia	Desarrollo Sustentable y Ambiental, Tecnología de la Información, Tecnología Asistencial y Procesos de Producción.
20	CIPAE, Incubadora Empresas UAG	Zapopan	Alta Tecnología	Ingenierías, Diseño y Tecnologías de la Información y Comunicaciones.
21	COPARMEX INCUBA	Guadalajara	Tradicional	Servicios, Transformación Primaria, Comercialización.
22	Desarrolladora de Empresas Universidad Panamericana	Zapopan	Tecnología Intermedia	Desarrollo Sustentable, Optimización de Energéticos, Comercialización Alto Valor, Ingenierías.

Análisis de la personalidad emprendedora como punto de partida para el desarrollo empresarial en Puerto Vallarta

23	H. Ayuntamiento de Zapopan	Zapopan	Tradicional	Empresa Social de Mujeres.
24	Incubadora CANACO EMPRENDE	Guadalajara	Tradicional	Comercialización, Servicios, Transformación Primaria.
25	Incubadora de Empresas CEGEM – UNIVA	Zapopan	Tecnología Intermedia	Energías Renovables y Desarrollo Sustentable. Tecnologías de la Información, Comercio y Franquicias.
26	Incubadora de Empresas CETI	Zapopan	Tecnología Intermedia	Ingenierías y Biotecnología.
27	Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de la Universidad de Guadalajara, IEBT	Zapopan	Tecnología Intermedia (Base Tecnológica)	Mecánica, Mecatrónica, Desarrollo Sustentable. Ingenierías.
28	Incubadora de Empresas del Instituto Tecnológico de TLAJOMULCO	Tlajomulco de Zúñiga	Tecnología Intermedia	Agronegocios, Biotecnología.
29	Incubadora de Empresas Sociales INDESAC	Guadalajara	Tradicional	Microempresa social en zonas indígenas y condiciones vulnerables.
30	Incubadora de Software del Ayuntamiento de Guadalajara	Guadalajara	Tecnología Intermedia	Software, desarrollo, producción, comercialización, desarrollo de proveedores.
31	Incubadora ITESM Alta Tecnología (Tecnológico de Monterrey)	Zapopan	Alta Tecnología	Tecnologías de la Información y comunicaciones e iniciativas relativas a la oferta educativa institucional.
32	Incubadora ITESM Tecnología Intermedia (Tecnológico de Monterrey)	Zapopan	Tecnología Intermedia	Tecnologías de la Información y comunicaciones e iniciativas relativas a la oferta educativa institucional.
33	Incubadora ITESO (JOVEM)	Tlaquepaque	Tecnología Intermedia	Diseño y Procesos de Producción. Iniciativas relativas a la oferta educativa institucional. Comercialización, Exportaciones.
34	Incubadora Social ITESM el Sauz	Tlaquepaque	Social	Microempresa social.
35	Incubadora Social ITESM Jocotán	Zapopan	Social	Microempresa social.

36	Incubadora Social ITESM Laureles	Zapopan	Social	Microempresa social.
37	Incubadora Tecnológica ITESO (PROGINNT)	Tlaquepaque	Alta Tecnología	Desarrollo sustentable. Ingenierías, Tecnologías de la Información, Tecnologías Asistenciales. Industria Electrónica.
38	Incubadora UVM	Zapopan	Tecnología Intermedia	Iniciativas relativas a la oferta educativa institucional.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de (Red Jalisco Emprende, 2012).

Las 38 incubadoras son clasificadas de acuerdo con su tipo: alta tecnología (3), social (3), tecnología intermedia (24) y tradicional (8). Estas se enfocan en distintos sectores y se pueden encontrar en escuelas, así como en empresas privadas o programas públicos.

Algunos indicadores que permiten apreciar la dinámica del emprendimiento en el municipio de Puerto Vallarta, son los proporcionados por el Gobierno Municipal, con base en los apoyos otorgados en años recientes para este tipo de iniciativas. Desde octubre del 2015 hasta junio del 2016 a través del Fondo Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL) se recibieron 254 solicitudes para el programa Crédito Integra donde se brindó crédito a 98 de ellas; además la Dirección de Desarrollo Económico entregó \$1'822,300.00 pesos en financiamiento teniendo como resultado la activación y reactivación de las PyMES en Puerto Vallarta. Para Marzo del 2016 se registraron a 16 emprendedores en el curso de incubación en línea, además se brindó capacitación a 80 mujeres con el objetivo de empoderar a las mujeres del municipio, organizamos con el apoyo de instituciones y profesionales calificados, talleres de interés general, siendo estos gratuitos, entre ellos: Defensa Personal, Primeros Auxilios y Automaquillaje (Gobierno Municipal de Puerto Vallarta, 2015).

En el caso de los estudiantes, los diferentes programas académicos, principalmente en las áreas económico administrativas ofrecen los conocimientos y las herramientas para desarrollar proyectos de inversión, mayormente, bajo una figura empresarial limitada como Micro empresa y bajo un esquema familiar.

Los estudiantes emprendedores no tiene la certeza de éxito por solo el hecho de contar con los conocimientos, de acuerdo a los datos vertidos anteriormente el índice de mortandad o permanencia empresarial no se relaciona con la condición de educación por lo cual enfrentan la misma problemática de cualquier otro emprendedor, por lo anterior destaca la personalidad que los estudiantes han formado a través de su formación profesional como una alternativa para el emprendimiento que contrarreste las dificultades que se presentan ante este tipo de proyectos. Así mismo esta personalidad es desarrollada bajo una serie de características o dimensiones que en su integración perfilan a los estudiantes para ser alcanzados, no solo emprender, sino contribuir al

desarrollo empresarial de la región económica donde se desarrolle su vida productiva. Esta personalidad es diferente en cada estudiante, por lo cual surge la siguiente pregunta de investigación ¿Qué dimensiones de la personalidad emprendedora sobresalen en los estudiantes de nivel licenciatura como base para el desarrollo empresarial de Puerto Vallarta?

Metodología.

Esta investigación se planteó con el objetivo de analizar las dimensiones de la personalidad emprendedora que sobresalen en los estudiantes de nivel licenciatura como base para el desarrollo empresarial de Puerto Vallarta.

A la luz del objetivo planteado se podrá contar con información relevante, desde una perspectiva de las actitudes y aspiraciones emprendedoras del estudiante que está siendo formado y que representa la oportunidad generacional para hacer frente a los diferentes problemas que se observaron tanto en el GEM a nivel mundial, Latinoamérica, México y Jalisco.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, pues no se posee control directo de la variable de investigación, debido a que las manifestaciones son inherentemente no manipulables; es decir, se observaron y midieron situaciones ya existentes, como las dimensiones de la personalidad emprendedora de los estudiantes de nivel licenciatura tal y como se dan en su contexto natural, para después analizar su comportamiento. Se aplicaron 119 cuestionarios a estudiantes de licenciatura del Centro Universitario de la Costa, utilizando el Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora de Pedrosa (2015), que explora 9 dimensiones, con un total de 110 ítems con un formato tipo Likert de 5 alternativas de respuesta, donde 1 implicaba estar totalmente en desacuerdo con el enunciado del ítem y 5 totalmente de acuerdo.

Como hipótesis de trabajo se plantea que existen dimensiones de la personalidad del estudiante que sobresalen en su perfil de emprendedor y que pueden ser la base para el desarrollo empresarial de Puerto Vallarta.

Análisis de resultados

Con base en el instrumento manejado para esta investigación, se prosiguió a la interpretación de los resultados, donde de acuerdo con el instrumento los parámetros se escalaron del 0 al 5. De cada dimensión se obtuvieron promedios en los cuales, de las 8 dimensiones evaluadas de la personalidad emprendedora, cuatro de ellas presentan medias superiores a los cuatro puntos: autoeficacia, innovación, locus de control y motivación de logro; esto indica que estas dimensiones son las cualidades que se ven fortalecidas en los estudiantes de licenciatura que les gusta emprender. Por otro lado la dimensión más baja fue la tolerancia al estrés, y esto se puede suponer a

factores propios de la edad, además de la presión académica, mientras que las demás dimensiones estuvieron solo un poco por debajo de los cuatro puntos, estas dimensiones son la autonomía, el optimismo y la toma de riesgos.(Ver Tabla 5)

Tabla 5 Medias de la Dimensiones de la Personalidad Emprendedora.

	Autoeficacia	Autonomía	Innovación	Locus de Control	Motivación De Logro	Optimismo	Tolerancia Al Estrés	Toma de Riesgos
Media	4.1349	3.8439	4.1574	4.3138	4.0155	3.9037	3.1574	3.9664

Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Aunado a lo anterior se presenta el análisis descriptivo de cada dimensión para profundizar en la información obtenida y que permita desarrollar las conclusiones de la presente investigación.

Dimensión 1: Autoeficacia

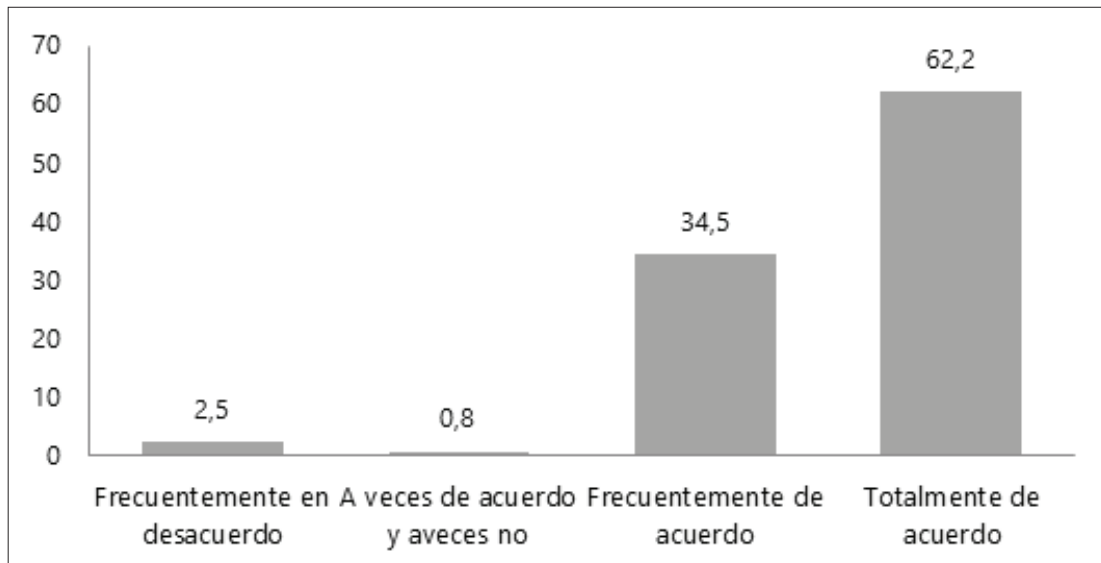
La autoeficacia, o las creencias en las propias habilidades para tratar con las diferentes situaciones que se presentan, juegan un rol importante no solamente en la manera de abordar un objetivo o tarea, sino que será determinante para conseguir o no las metas de vida. El concepto de autoeficacia es un aspecto central en la psicología, ya que enfatiza el rol del aprendizaje observacional, la experiencia social, y el impacto en el desarrollo personal de una persona (García A. J., 2013).

En la Figura 9 se analizó que el 62% de los encuestados, manifiestan tener autoeficacia, pues aprovechan todos los recursos que le son proporcionados, identifican y aprovechan cada una de las oportunidades, son exigentes consigo mismos, creen y se sienten capacitados para afrontar cualquier problema que se les pueda presentar son personas totalmente autosuficientes y competentes, mientras que el 34% de los estudiantes de licenciatura están frecuentemente de acuerdo que cumplen con las características de ser personas con autoeficacia y solo el 2.5% no se consideran auto eficaz. Esto se debe en ocasiones a la baja autoestima, el 8% a veces se considera auto eficaz y a veces no dependiendo la situación en la que se encuentre, cual podemos identificar que la mayoría consideran que tienen un nivel de autoeficacia alto, lo que crea una gran ventaja en personas que se preparan para una licenciatura día a día se enfrentan a diferente y diversas situaciones.

Dimensión 2: Autonomía

Autonomía proviene del vocablo latín auto que significa "uno mismo" y nomos quiere decir "norma", esto nos indica que la autonomía es la capacidad que tiene una persona o entidad de establecer sus propias normas y regirse por ellas a la hora de tomar decisiones (Definista, 2014).

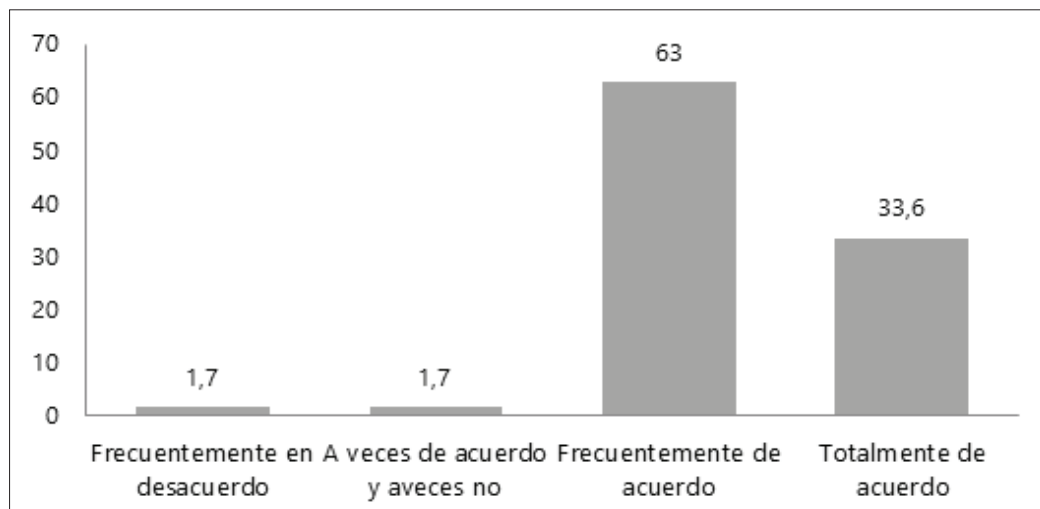
Figura 9. Resultados de la dimensión Autoeficacia.



Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

En la Figura 10 se ilustra que los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada, en el cual 63% de los alumnos de licenciatura respondieron que están frecuentemente de acuerdo en que tienen características que los identifican como personas que poseen cualidades de autonomía las cuales les gusta realizar diversas actividades como organizar su tiempo de trabajo, el 33.6 % definitivamente están totalmente de acuerdo que cumplen estas cualidades y su actitud habla de ser personas positivas, mientras que la mínima que es de 1.7% están en desacuerdo en que sean personas con autonomía al igual el 1.7% respondió que a veces de acuerdo y a veces en este caso no tienen definida sus gustos y cualidades.

Figura 10. Resultados de la dimensión Autonomía.

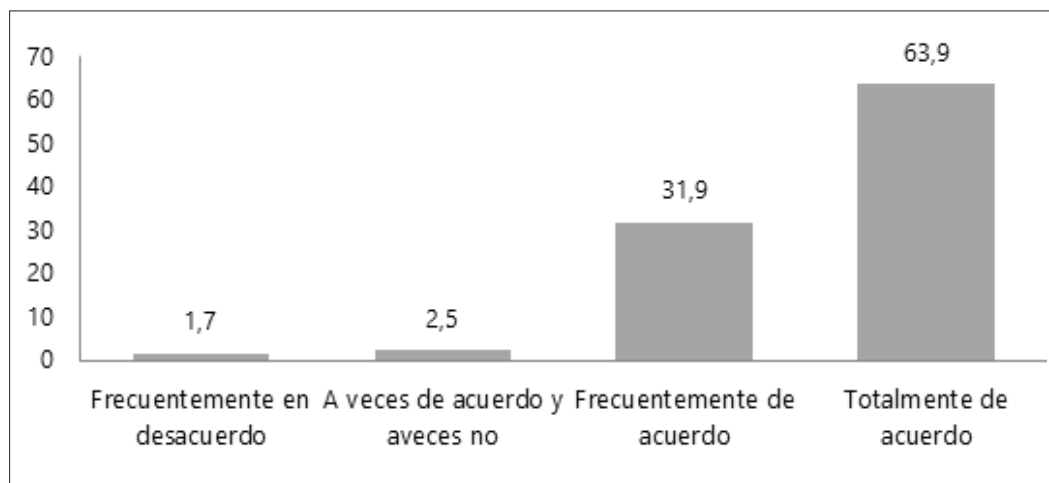


Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Dimensión 3: Innovación

Como se puede observar en la Figura 11 de los 119 instrumentos aplicados el 63.9% de los encuestados están totalmente de acuerdo, el 31.9% está frecuentemente de acuerdo, en cambio, el 2.5% está a veces de acuerdo y a veces no, por último, sólo el 1.7% contestó que está frecuentemente en desacuerdo, indicando que la mayoría de los estudiantes de licenciatura son personas innovadoras, las cuales tienen voluntad e interés de buscar nuevas formas de acción, para desarrollar nuevos productos, procesos, servicios, tecnologías e investigaciones.

Figura 11. Resultados de la dimensión Innovación.

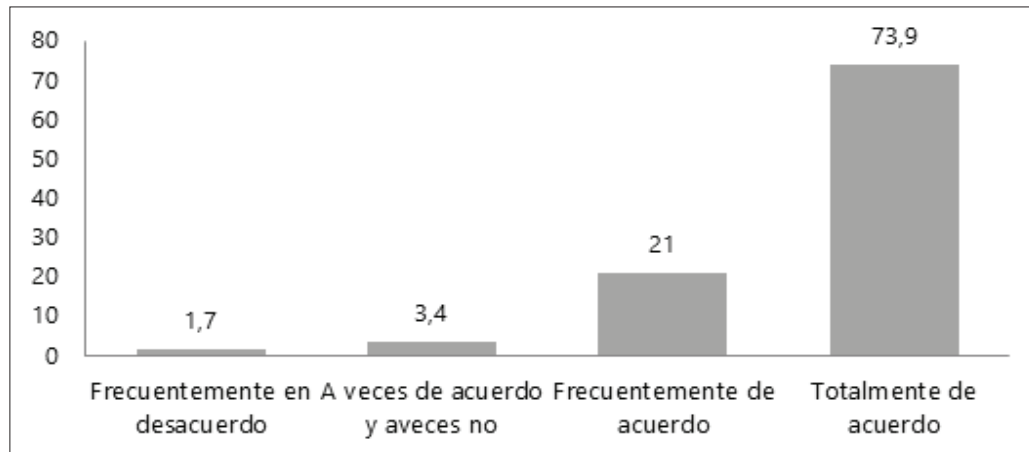


Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 2.1.

Dimensión 4: Locus de control

Analizando la Figura 12 se identifica que en su mayoría con un 73.9% está totalmente de acuerdo, el 21.0% está frecuentemente de acuerdo, mientras que el 3.4% está a veces de acuerdo y a veces no, solo el 1.7% de los 119 encuestados contestaron que se encuentran frecuentemente en desacuerdo, cual quiere decir que el Locus de control interno supone la atribución de que la propia persona provoca y controla, las consecuencias de sus conductas y, en cierto modo, también su destino y futuro. En contraste, el locus de control externo implica la atribución causal de las consecuencias a eventos externos a la persona, generando expectativas que dependan más de la suerte o la casualidad que de uno mismo.

Figura 12. Resultados de la dimensión Locus de Control.



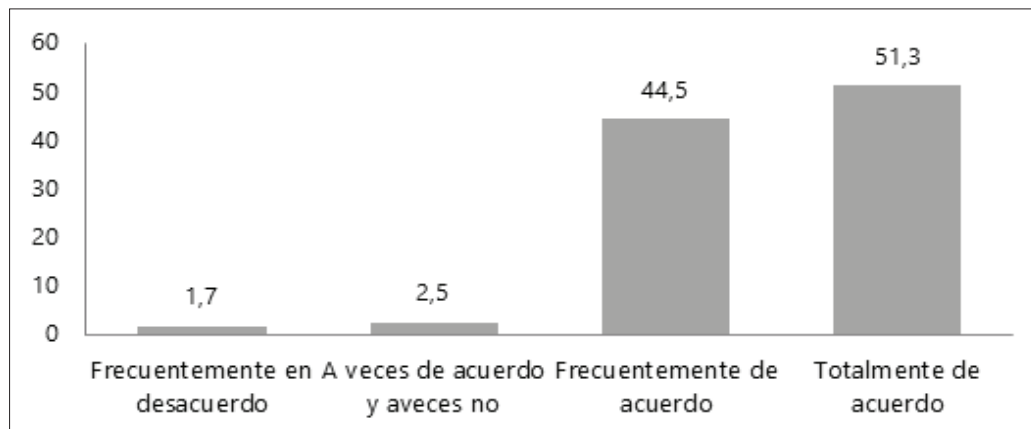
Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Dimensión 5: Motivación de logro

La definición más clásica de esta variable se basa en la Teoría de las Necesidades de McClelland (1961), según la cual el concepto de motivación de logro se entiende como sinónimo de necesidad de logro y alude al hecho de emprender una conducta dirigida al cumplimiento de unos objetivos concretos. Bajo esta teoría, la persona que presenta una alta necesidad de logro participa en actividades que requieren planificación de futuro y responsabilidad individual.

Con referencia a la Figura 13 se puede observar que el 51.3% está totalmente de acuerdo, mientras que el 44.5% respondió que esta frecuentemente de acuerdo, sin embargo, un 2.5% indicó que a veces está de acuerdo y a veces no, y el 1.7% se encuentra frecuentemente en desacuerdo, este tipo de personas optan por tareas que conlleven habilidad y esfuerzo y, en cierta medida, supongan un desafío y riesgo moderado.

Figura 13. Resultados de la dimensión Motivación de Logro.

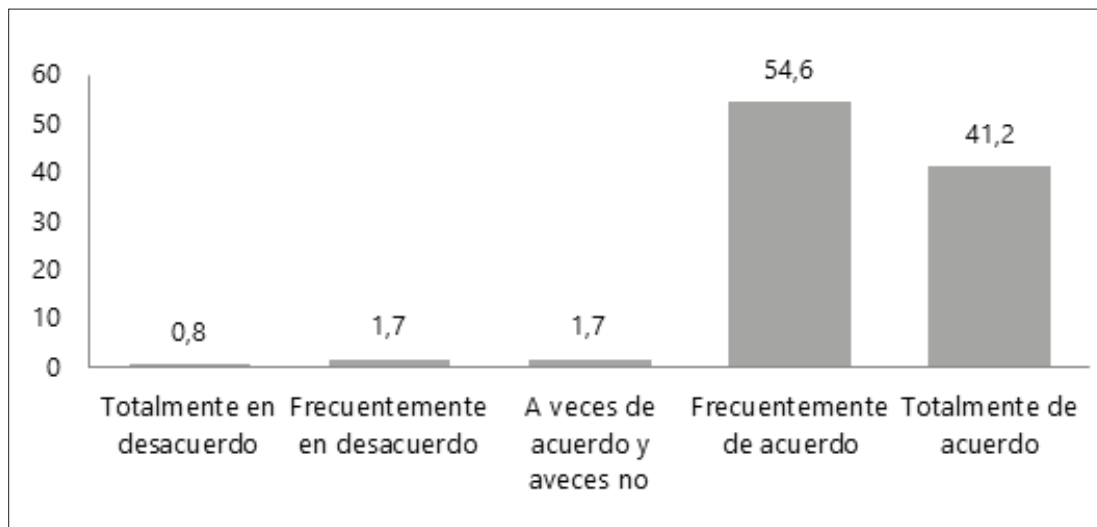


Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Dimensión 6: Optimismo

En la Figura 14 se identifica que el 54.6% de los encuestados respondieron que están frecuentemente de acuerdo, mientras que el 41.2% indicó que están totalmente de acuerdo, por otra parte, el 1.7% contestaron que están frecuentemente en desacuerdo al igual que a veces están de acuerdo y a veces no, y el 0.8% se encuentra totalmente en desacuerdo, esto nos quiere decir que los emprendedores tienen la creencia que todos los acontecimientos que le pasen serán de forma positiva.

Figura 14. Resultados de la dimensión Optimismo.

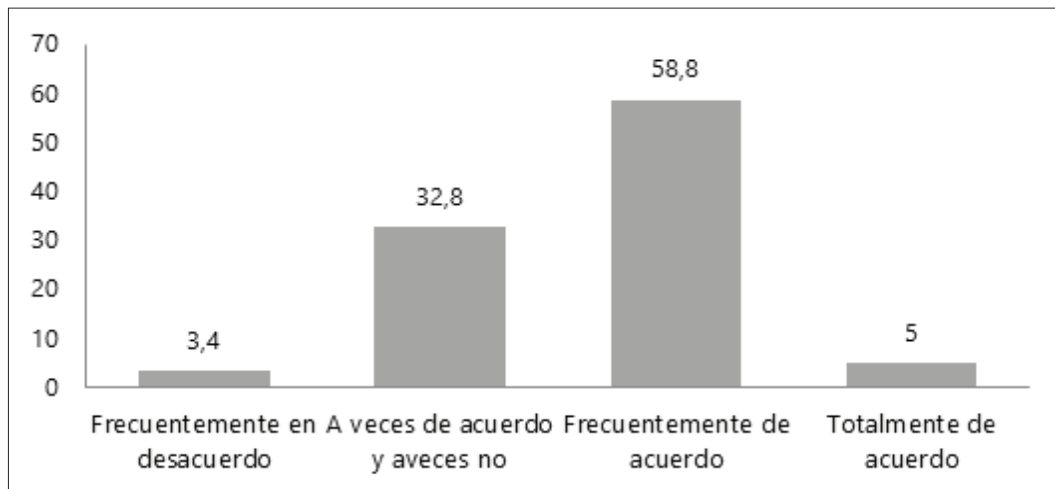


Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Dimensión 7: Tolerancia al estrés

En la Figura 15 se puede observar como el 58.8% de los estudiantes de licenciatura indican estar frecuentemente de acuerdo a los ítems que se les preguntaron (Control de las emociones, Agobio del futuro, Estrés con facilidad, Bloqueo cuando hay mucho trabajo, en donde se puede interpretar que los estudiantes tienen una tolerancia alta al estrés ya que también el 5% asintió estar totalmente de acuerdo; Por otro lado el 32.8% de los estudiantes respondieron que están a veces de acuerdo y a veces no, también el 3.4% esta frecuentemente en desacuerdo, deduciendo así que ellos no tienen nada de tolerancia al estrés a situaciones donde no tienen el control, y que salen de su zona de confort.

Figura 15. Resultados de la dimensión Tolerancia al Estrés.

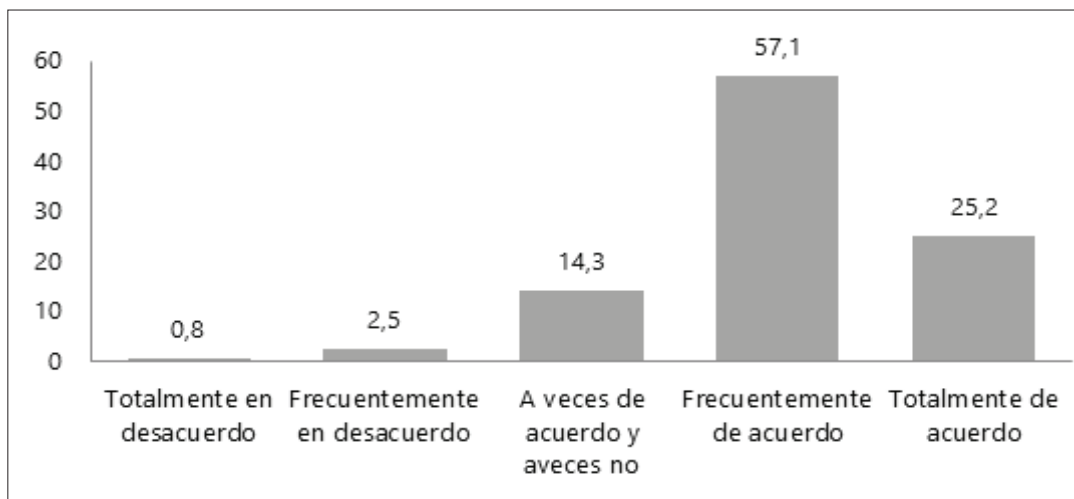


Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Dimensión 8: Toma de riesgos

La Figura 16 muestra los resultados arrojados en la dimensión de toma de riesgos que tenía catorce ítems. De estos ítems 25.2% aseguran que es bueno y necesario tomar riesgos siempre, aunque el porcentaje mayor de respuesta con 57.1% están frecuentemente de acuerdo, es decir que consideran que está bien tomar riesgos, aunque no siempre los toman. El 14.3% se mantienen en una posición neutra contestando que a veces están de acuerdo y en otras ocasiones no, se establecen límites, los porcentajes restantes 2.5% y el .8% están frecuentemente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente; interpretando que a estas personas no les gustan tomar riesgos, y sólo los toman cuando no existe otra alternativa.

Figura 16. Resultados de la dimensión Toma de Riesgos.



Fuente: Elaboración propia en el programa SPSS 21.

Conclusiones

La personalidad emprendedora según McCrae y Costa (1995) es definida como una tendencia biológica, subyacente del individuo, que es la causa de un patrón de pensamientos, sentimientos y acciones constantes, es decir que, de acuerdo con las características de la persona, su experiencias y conocimientos se puede percibir si cuenta con las características que lo hacen un emprendedor.

A través de esta investigación se evaluaron ocho dimensiones que permitieron analizar la personalidad emprendedora en estudiantes ya sea de licenciatura y posgrado. Estas dimensiones fueron la autoeficacia, la autonomía, la innovación, el locus de control, la motivación de logro, el optimismo, la tolerancia al estrés y la toma de riesgos.

Según los resultados obtenidos se puede concluir que las dimensiones donde se observa mayor fortaleza en los estudiantes encuestados, son Locus de Control, Innovación y Autoeficacia; se considera que estas variables están relacionadas con la dimensión actitudes emprendedoras, conforme al modelo del GEM; en contraste, los factores optimismo, autonomía y tolerancia al estrés se manifiestan como los más bajos en la muestra observada.

Locus de Control es la dimensión donde se observa un valor medio más alto; García-Allen (2017) lo define como la atribución que una persona lleva a cabo sobre si el esfuerzo que realiza es o no contingente a su conducta, traduciendo estas palabras se resumen a que en relación al esfuerzo que realice el individuo, los resultados dependeran de si mismo.

La Autoeficacia explicada por García-Allen (2017) como las creencias en las habilidades de cada individuo para tratar con las diferentes situaciones que se presentan en la vida, obtiene también un puntaje elevado (4.13). Cabe mencionar que la variable Motivación de Logro, identificada con la dimensión aspiraciones emprendedoras, se encuentra aproximadamente a la mitad de la distribución, por encima de variables como Toma de Riesgos, Optimismo y Tolerancia al Estrés.

Con esto se puede concluir que el entorno en donde se desarrolle la persona afectará directamente las decisiones de las personas, así como también definirá su desarrollo y la iniciativa por emprender.

Bibliografía

- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2009). The Global Entrepreneurship Index (Geindex). *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 341- 435.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. UK: McGraw-Hill Education.

- Alcaraz Rodríguez, R. (2015). *Emprendedor de éxito* (5a. . México: McGraw Hill Mexico.
- Begley, T. M. (1987). Psychological characteristics of associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-83.
- Busenitz, L. &. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and Heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12, 9-30.
- Corporación Andina de Fomento. (2013). : *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. (CAF, Ed.) Bogotá, Colombia: Panamericana Formas e Impresos S.A. Recuperado el 2017, de http://publicaciones.caf.com/media/33191/red_2013.pdf
- Definista. (14 de Noviembre de 2014). <http://conceptodefinicion.de>. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de>: <http://conceptodefinicion.de/autonomia/>
- Formichella, L. M. (2004). *EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL* . Buenos Aires, Argentina: © Copyright 2002. INTA. Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Frese, M., & Rauch, A. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. *The psychology of entrepreneurship*, 41-65.
- García Allen, J. (1 de Octubre de 2013). <https://psicologiyamente.net>. Obtenido de <https://psicologiyamente.net>: <https://psicologiyamente.net/psicologia/autoeficacia-albert-bandura#!>
- García, I. P. (13 de Febrero de 2015). *Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informativo*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- García, J. C. (2010). *Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)*. *Revista Latinoamericana de Psicología*, pp. 41-52 .
- García-Allen, J. (2017). *Psicología y Mente*. Obtenido de *¿Qué es el locus de control?*: <https://psicologiyamente.net/psicologia/locus-de-control>
- García-Allen, J. (2017). *Psicología y Mente*. Obtenido de *La Autoeficacia de Albert Bandura*: <https://psicologiyamente.net/psicologia/autoeficacia-albert-bandura>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2015). *Centro de Emprendimiento Kirzner* . Obtenido de *¿Qué es GEM?*: <http://gem.ufm.edu/que-es-gem/>
- Gobierno Municipal de Puerto Vallarta. (2015). *1er Informe Arturo Dávalos Peña Avanzamos a Paso Firme*. Puerto Vallarta: H. Ayuntamiento. Obtenido de <http://www.puertovallarta.gob.mx/2015-2018/transparencia/art8/art8/6/l/1er%20Primer%20Informe%20de%20Gobierno%202015-2018.pdf>

- Holland, J. (1997). Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments. . Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources.
- Kolvreid, L. (1996). Predicción de las intenciones de elección de estado de empleo. *Emprendimiento Teoría Y Práctica*, 47-57.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1986). *Estrés y procesos cognitivos*. Barcelona: Martínez Roca.
- McClelland, D. (1962). *The achieving society*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand Reinhold Co.
- Moore, S. M., & Gullone, E. (1 de Junio de 1996). Predicting adolescent risk behavior using a personalized cost-benefit analysis. (S. Netherlands, Ed.) *Journal of Youth and Adolescence*, 25(3), 343 - 359.
- Naranjo, E., Campos, M., & López, L. (2015). Reporte Nacional 2015 México . Tecnológico de Monterrey Instituto de Empredimiento Eugenio Garza Laguera, 64-71.
- Page, E. M. (1971). Stereological measurements of cardiac ultrastructures implicated in excitation-contraction coupling. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 68(7), 1465-1466.
- Pedrosa, G. I. (2015). *Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informativo*. Universida de Oviedo. Oviedo: Universida de Oviedo.
- Perez, C. S., Hidalgo, V. A., Balaguer , G. S., & Perez, C. E. (2011). *Emprendimiento Economico Y Social en España. Guia de recursos para jovenes emprendedores*. España: Instituto de la Juventud.
- Red Jalisco Emprende. (Enero de 2012). *Programas Sociales*. Obtenido de Directorio de Incubadoras de Empresas: <http://www.programassociales.org.mx/sustentos/Jalisco520/archivos/DIRECTORIO%20OPERATIVO%20IE%20y%20PE%2017%20MAYO%2012.pdf>
- Vidal, J. V. (Octubre de 2012). Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de https://www.academia.edu/25647257/TRABAJO_DE_ESP%C3%8DRITU_EMPRENDEDOR_Autores_y_universidad_descritos_en_el_documento_
- Zeldin, A. &. (2000). Against the odds: Self-efficacy beliefs of women in mathematical, scientific, and technological careers. *American Educational Research Journal*, 37, 215-246.

Diagnóstico de Emprendedurismo en estudiantes de la Universidad Politécnica de Tulancingo

Liliana de Jesús Gordillo Benavente, Benedicta María Domínguez Valdéz,
Claudia Vega Hernández

Resumen

La integración de México al mercado global, pero sobre todo el efecto de las crisis y de los vaivenes de la economía internacional, nos plantean la necesidad de redefinir las estrategias para crear fuentes de empleo internas y desarrollar capacidades para la formación de negocios, especialmente entre la población joven. De acuerdo al Reporte Global de Emprendedores AGER (2016), en México existe un 92% de actitud positiva hacia el emprendimiento. Este estudio tiene como objetivo principal realizar un diagnóstico de Emprendurismo con los alumnos de la Universidad Politécnica de Tulancingo (UPT); se llevó a cabo con los estudiantes de los últimos cuatrimestres de las diferentes carreras de la universidad: Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes, Licenciatura en Negocios Internacionales, Ingeniería en Civil, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería en Robótica, Ingeniería en Electrónica y Telecomunicaciones, Ingeniería, en Industrial e Ingeniería en Tecnología de Manufactura. Las variables que se midieron para esta investigación fueron; índice de autoeficacia, índice de autonomía, índice de innovación, índice de Locus Control, índice de motivación al logro, índice de optimismo, índice de tolerancia al estrés, índice de toma de riesgos e índice general de emprendimiento. Entre los principales resultados que arrojó el estudio se encontró que entre los alumnos de la UPT el factor de mayor impacto con 3.81 el índice de autonomía; con 3.81 el índice de autoeficacia, con 3.74 el índice de innovación, así mismo en este orden de ideas, con un 3.70 índice de motivación al logro y 3.65 el índice de toma de riesgos, tanto el índice de optimismo y tolerancia al estrés quedaron por debajo del 3.5.

Palabras clave: Emprendurismo, índice de innovación, índice de autonomía y autoeficacia.

Abstract

Mexico's integration into the global market, but mainly the effect of crises and vagaries of international economy, raise the need to redefine the strategies to create internal employment sources and develop skills for business formation, especially among the young population. According to the Global Entrepreneur Report AGER (2016), in Mexico there is a 92% of positive attitude towards entrepreneurship. The main objective of this study is to make a diagnosis of Entrepreneurship with the students of the Polytechnic University of Tulancingo (PUT); it was conducted with the students who were studying the last four-month period of the different careers of the university such as: Bachelor in Administration and Management of SME, Bachelor in International Business, Civil

Engineering, Computer Systems Engineering, Robotics Engineering, Engineering in Electronics and Telecommunications, Engineering, in Industrial and Engineering in Manufacturing Technology. The measured variables for this investigation were; self-efficacy index, autonomy index, innovation index, Locus of Control index, achievement motivation index, optimism index, stress tolerance index, risk-taking index and general entrepreneurship index. Among the main results that the study showed in a general way was that the students of the PUT the one with the higher impact was 3.81 with the autonomy index, with 3.81 the self-efficacy index, 3.74 with the innovation index, and with this order of ideas, 3.70 with the achievement motivation index and 3.65 with the risk-taking index, both the optimism and stress tolerance index were below 3.5.

Key words: Entrepreneurship, innovation index, autonomy index and self-efficacy.

Introducción

Un diagnóstico realizado por el Fondo Nacional del Emprendedor por la Secretaría de Economía (2016), sostiene que México enfrenta una problemática de manera general y es un reto en materia de productividad; sostiene que la evidencia teórica señala que la productividad total de los factores en la economía han decrecido durante los 30 años a una tasa promedio de 0.7%, lo que desvirtúa mantener una economía en crecimiento. Por lo anterior, el emprendurismo es un tema que adquiere relevancia en las regiones y estados especialmente donde se busca acelerar la economía.

En este orden de ideas, Hidalgo, Kamiya y Reyes (2014), comentan que la actividad emprendedora se ha afianzado como uno de los principales motores de desarrollo económica en todas las economías del mundo, principalmente por su función en la creación de empleo y en la expansión de sectores económicos, y regiones emergentes. A lo largo de la historia en América Latina se ha experimentado importantes cambios en la estructura de su aparato productivo, haciendo emerger nuevas oportunidades para impulsar diversas y novedosas fuentes de crecimiento económico sostenible que beneficien a las comunidades de manera integral.

Uno de los aspectos importantes que debe de tener cualquier emprendimiento es la generación de nuevas ideas, la innovación que permita una estabilidad en la economía general, de acuerdo a González (2011), la innovación se debe de reflejar en cualquier tipo de empresa que se crea, y es necesario que se analice el fenómeno de emprendimiento tanto desde la perspectiva del individuo, como desde las variables del entorno que afectan dicha actividad.

Derivado de la importancia que tiene el emprendurismo en México y en América Latina, la Ley de Fomento y Promoción al Emprendurismo del Estado de Hidalgo menciona que quienes poseen ideas emprendedoras e innovadoras en México se enfrentan a diversos retos en su camino de formación como futuros empresarios, tales como; la

situación económica, la carga impositiva, las restricciones de financiamiento, los trámites burocráticos y la ausencia de formación empresarial en nuestros modelos educativos; bajo este tenor también menciona se debe fomentar una cultura de emprendimiento desde la educación en las escuelas, integrando en la formación escolarizada el acercamiento a los avances en ciencia, tecnología e innovación para que el emprendedor esté en las mejores condiciones para desarrollar ventajas competitivas en su propia empresa. Y por ello, es necesario que estos esfuerzos sean promovidos desde la educación básica, con el objetivo que desde temprana edad se inculque a los futuros emprendedores la importancia de ser generadores de empleos y prosperidad para toda la sociedad.

De ahí que nace la importancia de realizar un diagnóstico que permita determinar el nivel de emprendurismo en los estudiantes de la UPT, para poder proponer estrategias que permitan, dentro de los programas educativos aportar más competencias para poder atender todas las necesidades de los educandos; y permitir que más que sean empleados puedan poder lograr ser emprendedores.

Acercamiento al marco teórico

Emprendedurismo

De acuerdo a la OCDE (2009), existen diversas conceptualizaciones de emprendurismo partiendo de lo que es un emprendedor. Señala que los emprendedores, son aquellas personas, propietarios de un negocio que buscan generar valor mediante la creación o la expansión de la actividad económica, al identificar y aprovechar nuevos productos, procesos o mercados. Bajo esta perspectiva un elemento fundamental que se puede destacar del concepto es que el emprendedor, además de crear una empresa lo primordial es la generación de valor, ya que lo que se busca es la ventaja competitiva, lo que a veces erróneamente empresas que se crean únicamente tratan de imitar a otras lo que provoca a veces que solo permanezcan muy poco tiempo en el mercado es por eso indispensable conocer que el fenómeno principal al ser un emprendedor es la generación del valor agregado para ser competitivo en un mercado global.

Así mismo destaca que la actividad emprendedora es la actividad humana que busca la generación de valor mediante la creación o expansión de la actividad económica bajo este contexto el emprendurismo es el fenómeno que se asocia con la actividad empresarial (OCDE,2009).

Utilizando las ideas del autor Alcaraz (2015) emprender es un término que tiene múltiples acepciones de acuerdo en el contexto en el que se emplee. En ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario o el propietario de una empresa comercial con fines de lucro.

Para Shefsky (1997) y Baumol (1993), este último citado por Ibáñez (2001), señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que en definitiva huyen de rutinas y prácticas aceptadas por la mayoría. Dichos individuos se caracterizan por su capacidad de crear e innovar es decir abandonan las costumbres hacen cosas diferentes para mejorar lo existente. Por su parte Morris y Kuratko (2002) refieren que el emprendedor además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlo en combinaciones que maximizan sus resultados factibles "agrega valor" a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

En este contexto Rodríguez (2012), menciona que un emprendedor es aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos.

Características del Emprendedor

De acuerdo a Alcaraz (2015) comenta múltiples autores coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas tales son:

- Compromiso total.
- determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca retroalimentación.
- Control interno alto.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.
- Creatividad e innovación.
- Confianza en sí mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

Siguiendo ese orden de ideas se puede afirmar que el emprendedor debe de cumplir con una serie de características y cualidades y que se deben de reafirmar día a día para el logro de los objetivos por lo cual un aspecto importante para este estudio es innovación variable que se aborda en este capítulo, por lo que a continuación se conceptualizará esta variable.

Innovación

De acuerdo a Longenecker, Moore, Petty y Palich (2008) emprendedores por lo general eligen de un menú de opciones de crecimiento aquella que consideran dará los mejores resultados, por ejemplo, mayor rentabilidad, mayor participación de mercado y mayor satisfacción del cliente. Éstos son algunos "frutos" de la ventaja competitiva y todos ellos contribuyen a aumentar el valor de la empresa.

En este orden de ideas los emprendedores a menudo sólo perciben una forma diferente y mejor de hacer las cosas. Los estudios han demostrado que en las pequeñas empresas se produce el doble de innovaciones por empleado que, en las empresas grandes, y estas innovaciones constituyen la mitad de todas las innovaciones creadas y un asombroso 95 por ciento de todas las innovaciones radicales. Se puede afirmar que la innovación constituye el suelo en que la ventaja competitiva de las nuevas empresas echa raíces y crece, adquiriendo vida propia. Algunos de los ejemplos de innovación en pequeñas empresas más reconocidos son los lentes de contacto blandos, la cremallera, la máquina de afeitar, la entrega nacional de la noche a la mañana y el aire acondicionado.

Actualmente y conforme avance la tecnología se ha venido aplicando el término de innovación para generar la ventaja competitiva tal como lo describe Johnston y Marshall (2009), que la innovación en las ventas y su administración, es una exigencia de los importantes cambios en el mercado del cliente. La tendencia principal es dirigirse a más empresas pequeñas. Gran parte del éxito que logran las organizaciones de ventas con estas empresas pequeñas se debe a escuchar simplemente lo que desean de un vendedor y por ende todas las nuevas creaciones adaptarse a los productos y/o servicios.

En este orden de ideas se tiene considerado que emprender es crear, nuevos productos tecnológicos o nuevos servicios, así está ligado estrechamente a la innovación y la creatividad, por ello se busca desarrollar no sólo capacidades de ejecución (manuales e intelectuales), sino también la capacidad creativa, entendiendo que el actual nivel de desarrollo tecnológico así lo exige. La creatividad es el motor de la innovación tecnológica, actualmente el principal factor del progreso económico de los países Rodríguez (2012)

Para García (2017), una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores. Una

innovación de producto se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Una innovación de proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Una innovación de mercadotecnia es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. Una innovación de organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa. Los países que registran mayores niveles de inversión en actividades de investigación y desarrollo tecnológico, I+D, presentan altos niveles de crecimiento. Los gastos en actividades de I+D son un indicador que, aproxima el esfuerzo doméstico de los sectores público y privado por cerrar la brecha tecnológica con respecto a los países más desarrollados.

Por tanto Drucker (2009), define la innovación como la búsqueda organizada y sistemática, con un objetivo de cambio, de las oportunidades que existan en el ambiente; acompañado de éste concepto plantea siete fuentes básicas para la innovación:

1. Lo inesperado: la sorpresa.
2. Lo incongruente: la diferencia entre lo que es y lo que debería ser.
3. La necesidad de mejorar un proceso existente.
4. El desmoronamiento, o los cambios, de una estructura industrial o de mercado.
5. Los cambios demográficos.
6. Los cambios de percepción, modalidad y significado.
7. Los nuevos conocimientos, científicos y no científicos.

Metodología

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue tipo cuantitativo no experimental debido a que para la recopilación de los datos no se manipularon deliberadamente las variables, es decir, no se hicieron variar en forma intencional las variables independientes para ver sus efectos sobre otras variables. (Hernández et al., 2014).

Además se trata de una investigación exploratoria, la cual afronta la realidad mediante un análisis detallado de sus elementos y la interacción que se produce entre ellos y su contexto.

También se considera transeccional descriptiva porque tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población; fue además explicativa, debido a que van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos (Hernández et al., 2010).

Conceptualización y operacionalización de variables

En esta investigación se aborda el tema de emprendimiento en jóvenes universitarios, dando un enfoque del papel que tiene la innovación y de los factores que la determinan. La Tabla 1 se muestra la conceptualización y operacionalización de la Innovación

Tabla 1. Conceptualización y operacionalización de variables.

VARIABLES	Definición conceptual	Definición operacional
Innovación	Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (García, 2017).	Prueba de 15 ítems que mide la innovación que tienen los alumnos para determinar el emprendurismo, y miden: ideas nuevas, solución distintas de problemas, ideas originales, nuevas formas de trabajar, incorporación de nuevas ideas a las actividades, mejoramiento de cosas, solución de problemas, solución de problemas innovadoras, iniciativa.
Emprendedurismo	Así mismo destaca que la actividad emprendedora es la actividad humana que busca la generación de valor mediante la creación o expansión de la actividad económica bajo este contexto el emprendurismo es el fenómeno que se asocia con la actividad empresarial (OCDE,2009).	Prueba de 15 ítems que mide la innovación que tienen los alumnos para determinar el emprendurismo, y miden: ideas nuevas, solución distintas de problemas, ideas originales, nuevas formas de trabajar, incorporación de nuevas ideas a las actividades, mejoramiento de cosas, solución de problemas, solución de problemas innovadoras, iniciativa.

Fuente: Elaboración propia.

Instrumento de medición

El instrumento utilizado en esta investigación, fue a través de un cuestionario que se estructuró por preguntas de identificación y preguntas cerradas con varias opciones y se midieron a través de escala tipo Likert, para el cual se utilizaron 31 reactivos que midieron el grado positivo de cada enunciado y se utilizó una escala con valores de 1 hasta el 5 y representa lo siguiente:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Sujetos de investigación

Los sujetos de investigación que se tomaron en cuenta para esta investigación son los alumnos de la Universidad Politécnica de Tulancingo de séptimo, octavo y noveno cuatrimestre por considerarse alumnos que ya vieron asignaturas de emprendedurismo.

Muestra

Se trabajó a través de un censo comprendido por 200 alumnos de 8 carreras de la Universidad Politécnica de Tulancingo, 8 carreras fueron: Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes, Negocios Internacionales, Ingeniería Civil, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería en Robótica, Ingeniería en Tecnología de manufactura, Ingeniería Industrial, Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones.

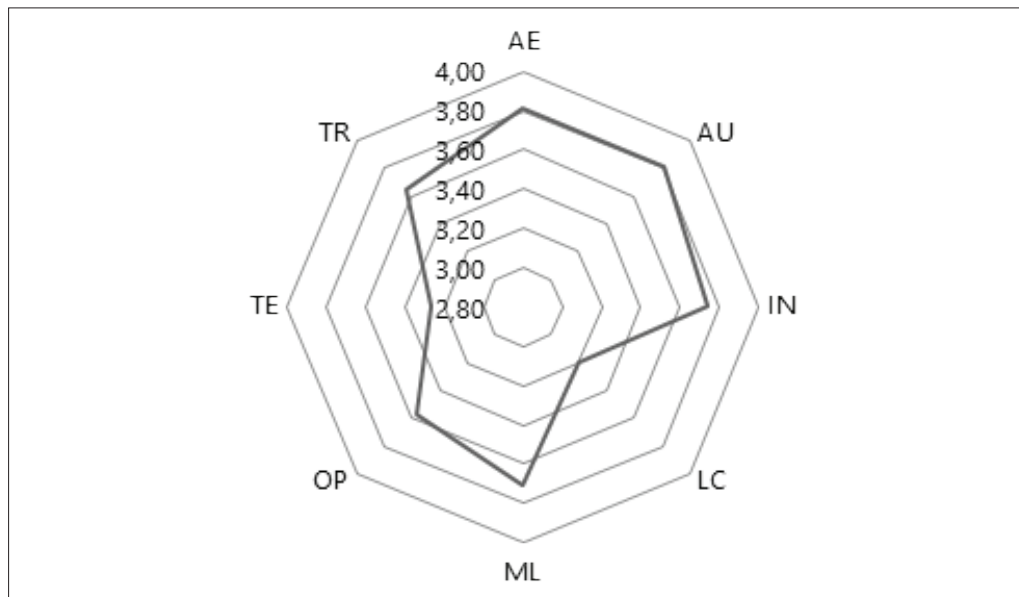
Métodos estadísticos utilizados

Para el análisis e Interpretación de Resultados se realizó a través de técnicas descriptivas, y se utilizó la distribución de frecuencias en porcentaje que describen los datos, o puntuaciones obtenida en cada variable. Se utiliza el paquete estadístico Statistical Package for Social Science (SPSS, por sus siglas en inglés) para un mejor análisis de la representatividad de las variables.

Resultados

Para este capítulo se abordará los resultados sobre el índice de innovación que es un factor importante para el emprendurismo, y un factor muy relevante para la actualidad. En la Figura 1 y 2 se relaciona los componentes del Emprendurismo en la UPT, en donde se puede observar que a nivel general los alumnos de la UPT, los mayores indicadores están dados en autoeficacia y autonomía con 3.81, seguido de la innovación con un 3.74 y con menor importante el índice de locus control, para esta investigación se está hablando por ser un factor de suma importante el índice de innovación.

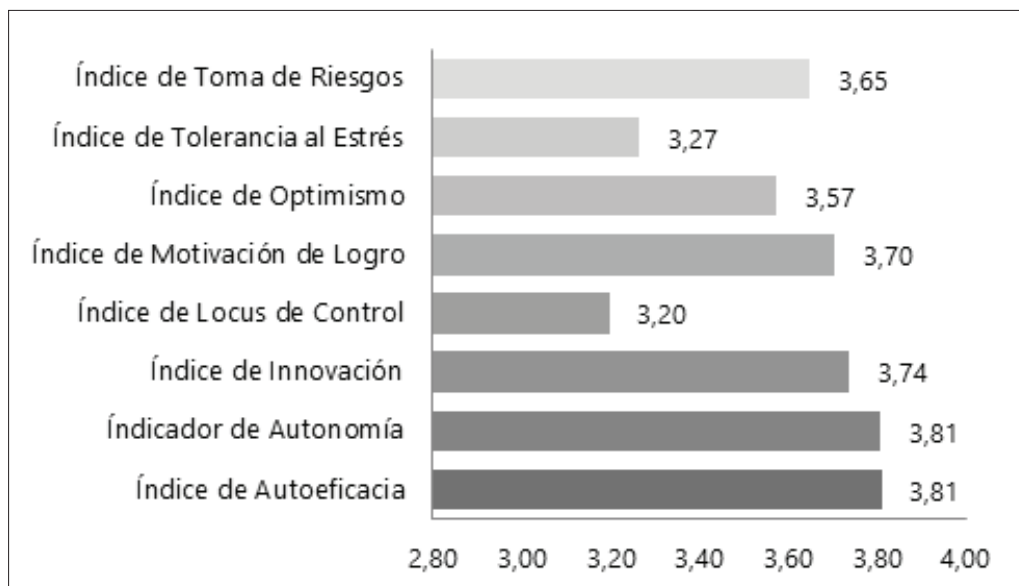
Figura 1. Componentes del Emprendedurismo en la UPT.



Fuente: Elaboración propia utilizando el programa estadístico SPSS.

TR=Toma de Riesgos, AE= Autoeficacia, AU= Autonomía, IN= Innovación, LC= Locus de Control
ML= Motivación de Logro, OP= Optimismo, TE= Tolerancia al Estrés.

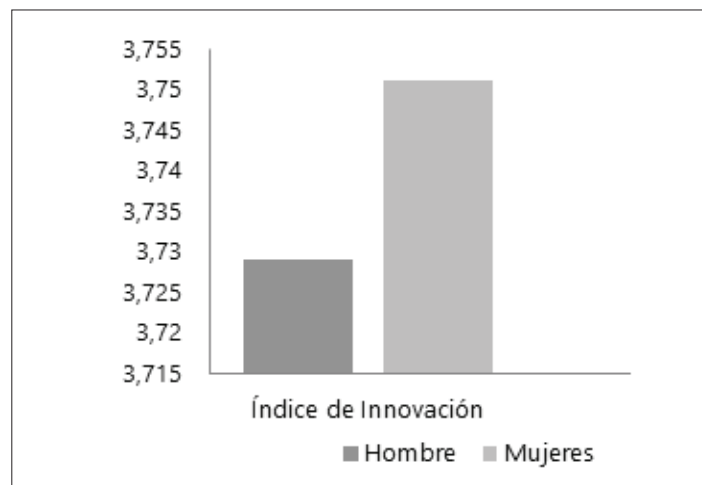
Figura 2. Componentes del Emprendedurismo en la UPT.



Fuente: Elaboración propia utilizando el programa estadístico SPSS.

Una vez identificado los componentes del emprendurismos en los estudiantes de la UPT, se procedió a verificar este índice de innovación que tanto impacta para los diferentes géneros por lo que en la Figura número 3 se puede identificar que el sexo femenino tiene mayor media que los de género masculino siendo un índice de innovación de 3.75 y 3.73 respectivamente, por lo que se puede afirmar que las mujeres son más creativas al momento de tomar decisiones a la hora de ser emprendedores, esto se puede ratificar en la Figura número 3.

Figura 3. Índice de innovación.



Fuente: Elaboración propia.

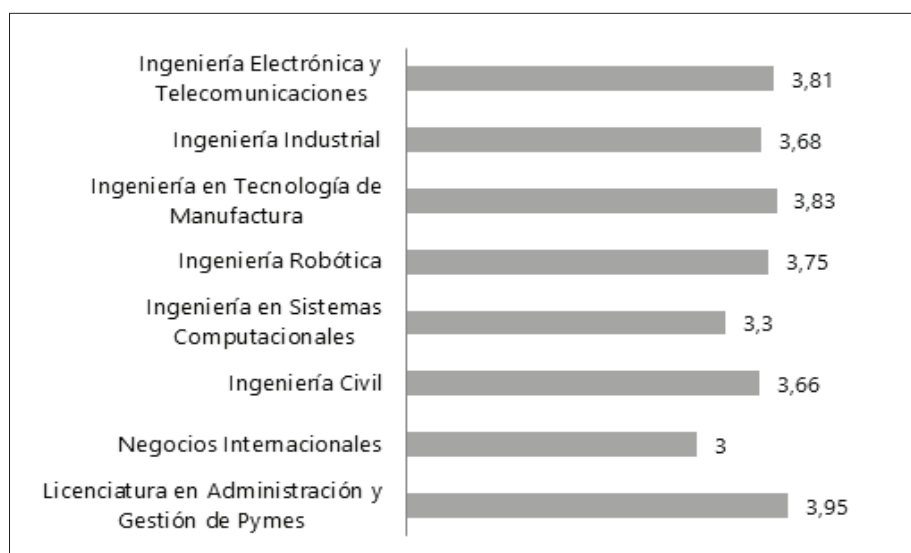
Una vez identificado los índices de innovación por carrera, se encontró que en este indicador destacan los estudiantes de la Carrera de Administración y Gestión de Pymes con 3.96, seguido de Ingeniería en Tecnología de manufactura con 3.83 y con menor grado de innovación se encuentra la carrera de Licenciatura en Negocios con una media de 3.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis sobre los componentes de la innovación como se puede apreciar en la Figura 5 se detalla los componentes en donde tienen mayor áreas de oportunidad los alumnos y aquellos de los cuáles son más explotados por los alumnos, los resultado fueron los que son más explotados de acuerdo a las medias son:

“Busco resolver los problemas de forma diferente” con una media de 4.20, “mis amigos dicen que tengo buenas ideas”, así como “creo que mis ideas son originales” con una media de 4.15, seguido de “soy una persona innovadora” con una media de 4.10, “planteo soluciones diferentes a mis compañeros” con una media de 4.09, “seguido de veo diferentes soluciones a los problemas” con una media de 4.07, prosigue con “soluciono problemas que otros no pueden” con una media de 4.05, así mismo “apoyo las ideas nuevas” con una media de 3.96, “siempre hay formas diferentes de hacer las cosas” con una media de 3.78, seguido de “me gusta aprender nuevas formas de trabajar”

con una medida de 3.22, seguido de “me gusta hacer cosas nuevas” con una media de 3.21, , bajo este contexto, como área de oportunidad está me gusta mejorar las cosas con una media de 2.84 y prefiero que sean otros quiénes toman la iniciativa con 2.65. Como se puede observar la última media es relevante ya que la base de un emprendedor es tomar decisiones por si mismo, de acuerdo a los posibles alternativas de solución.

Figura 4. Índice de innovación por plan de estudios.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Componentes de la innovación.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

El análisis de diagnóstico de emprendurismo en alumnos de la Universidad Politécnica de Tulancingo da indicios de que existen planes de estudio que inciden en mayor grado sobre las competencias emprendedoras, como sería el caso de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes, aunque en términos generales, se observa una fuerte propensión hacia el emprendimiento entre los jóvenes universitarios.

Actualmente se sabe que los alumnos además de recibir conocimientos pueden ser formados en el espíritu emprendedor para que puedan acelerar la economía y el empleo. Por eso es de vital importancia que los programas educativos incorporen contenidos en las asignaturas que les permita no solo egresar siendo empleados si no aplicando el conocimiento a través de la creación de nuevas empresas y permitirá acelerar la economía del estado.

Posteriores aproximaciones al tema podrían explorar mecanismos que permitan evaluar la forma en que el perfil de los egresados se incorpora al ecosistema emprendedor, de manera que los programas de apoyo al emprendimiento efectivamente influyan para que las empresas creadas supervivan en el mercado y que los trámites para las gestiones se agilicen, para adaptarse a los nuevos cambios.

Bibliografía

- Alcaraz Rodríguez Rafael. (2015). *El Emprendedor del Éxito*. Mac Graw Hill Internamericana Editores S.A. de C.V. México
- Fondo Nacional del Emprendedor por la Secretaría de Economía (2016) <https://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/>
- García Ocaña Néstor Dennis (2017). *Innovación y emprendurismo como base de la educación universitaria* extraído de https://cedla.org/sites/default/files/articulo_emprendedurismo_universitaria_garcia_0.pdf
- Hernández, S.R., Fernández C. C., Baptista, L.M., (2010). *Metodología de la investigación* (5ª. Ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hidalgo, G., Kamiya, M., & Reyes, M. (2014). N° 16. *Emprendimientos dinámicos en América Latina. Avances en prácticas y políticas*. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva, 16, Caracas: CAF. Retrieved from <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/371>
- Ibáñez, M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto, Bilbao, España.
- Justin G. Longenecker Carlos W. Moore J. William Petty Leslie E. Palich *Administración*

de pequeñas empresas Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras.
Cengage Learning. 2008 México

La innovación y el emprendedurismo. newsletter n.º 1, Noviembre 2009 Vida -Económica,
extraído de <http://mailings.vidaeconomica.pt/files/newsletters/2009-11/inovacao/10/inovacaoes20091110.pdf>

Ley de Fomento y Promoción al Emprendimiento del Estado de Hidalgo. Instituto de
Estudios Legislativos Ley publicada en el Periódico Oficial, el 14 de diciembre de
2015 Recuperado de <https://legislacion.vlex.com.mx/vid/ley-fomento-promocion-emprendimiento-597728262>.

Mark W. Johnston, Grew W. Marshall (2009). Administración de Ventas. Mc. Graw Hill.
México

Morris, M.H. & Kuratko, D.F. (2002). Corporate Entrepreneurship - Entrepreneurial
development within organizations. Fort Worth, Texas: Harcourt, In.

Organización para Cooperación y Desarrollo Económico OCDE (2009), <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/>

Reporte Global de Emprendedores 2016, extraído de <http://www.amway.com.mx/AmwayInTheNews/AmwayInTheNews.aspx?idCat=45&NewsID=2219&Market=170>

Rodríguez Ramírez Alfonso. (2012). Nuevas perspectivas para entender el emprendurismo
empresarial. Pensamiento & Gestión, 26 (2009), pp. 4-119

Formar recursos humanos para el emprendimiento. ¿Existe alguna relación entre la conducta emprendedora y los estilos de aprendizaje?

Francisco Javier Segura Mojica, Patricia Rivera Acosta, Ricardo Rodríguez Tovar,
Alma Lorena Rodríguez Contreras, Beatriz Oralia Ríos Velázquez,
José Antonio Zárate Marceleño

Resumen

En este documento se presentan los resultados de una investigación realizada entre estudiantes universitarios para determinar si existe alguna conexión entre su propensión al emprendimiento y el estilo de aprendizaje predominante en cada uno de ellos. Para realizar el estudio se utilizaron el Test Adaptativo Informatizado para Evaluar la Personalidad Emprendedora (Pedrosa, 2015), y el Cuestionario Honey-Alonso sobre Estilos de Aprendizaje (Alonso 1991). También se exploró la relación que podría existir entre los antecedentes de emprendimiento familiar y la experiencia laboral, con la conducta emprendedora. Se procesó la información utilizando el software XLSTAT y se aplicaron pruebas t y z para comparar la media de dos muestras. Se encontraron indicios de conexión entre los estilos de aprendizaje teórico y pragmático con el índice general de emprendimiento. La originalidad del artículo consiste en la exploración de la relación entre el emprendimiento y el aprendizaje, cuyos vínculos han sido poco estudiadas hasta el momento.

Palabras clave: Conducta emprendedora, estilos de aprendizaje.

Abstract

In this document are shown the results of an investigation made among university students to determine if there is some connection between their propensity to entrepreneurship and the predominant learning style in each of them. For the study made, the Computerized Adaptive Test to Evaluate the Entrepreneurial Personality (Pedrosa 2015), and the Honey-Alonso Questionnaire about the Learning Styles (Alonso 1991) were used. The relationship that could exist between the background of family entrepreneurship and work experience, with the entrepreneurial behavior was also explored. The information was processed using the XLSTAT software and t & z tests were applied to compare the average of two tests. Signs of connection between the theoretical and pragmatic learning styles with the general index of entrepreneurship were found. The originality of the article consist of the exploration of the relationship between the entrepreneurship and learning, whose links have been less studied so far.

Key words: Entrepreneurial behavior, learning styles.

Introducción

Tanto el emprendimiento como la conducta de los emprendedores son fenómenos que en años recientes han atraído el interés de numerosos investigadores, pues ambos se asocian con el crecimiento económico, el desarrollo social, y más específicamente, con el aprovechamiento de los recursos y las capacidades de una comunidad para generar riqueza y satisfacer sus propias necesidades.

La palabra emprendimiento es una derivación de la palabra francesa *entrepreneur* cuyo significado se relaciona con la disposición a tomar decisiones o iniciar un proyecto (Rodríguez, 2009).

Conducta emprendedora

La conducta emprendedora es definida como “el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades que permitan introducir nuevos productos, servicios, procesos, formas de organización o mercado en la sociedad” (Shane y Venkataraman, 2000; Pedrosa, 2015).

Dada la importancia que tiene la apertura de unidades económicas, el emprendimiento se utiliza casi como sinónimo de creación de negocios. Sin embargo, una revisión a fondo del concepto nos lleva a encontrar otras connotaciones, conectadas con la innovación, la incertidumbre, el riesgo y el aprendizaje. Por ejemplo, Kundel (1991), se refiere a la actividad emprendedora como “la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esa renovación estratégica se da adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esa renovación da lugar o no a la creación de una nueva entidad de negocio”.

Sobre las motivaciones para emprender, se habla de que existe un perfil del emprendedor, cuyos rasgos principales se relacionan con las actitudes. Formichella (2004) señala que la diferencia entre el emprendedor y el individuo común está determinada por una propensión diferente a asumir riesgos, enfrentar problemas, descubrir oportunidades ocultas, crear redes de comunicación, formar equipos y vencer los temores.

Existen diferentes formas de organizar los rasgos, y por lo tanto, de definir el perfil del emprendedor. Entre los primeros acercamientos al tema, se encuentra el trabajo de Hornaday (1982), quien propuso una lista de 42 rasgos. Sánchez (2010) tomando como referentes a Covin & Slevin (1989); Cromie (2000); Fillion (2003); y Vecchio (2003), reduce la lista a cuatro rasgos que son Locus de Control, Autoeficacia, Riesgo y Proactividad.

Para los fines de la presente investigación, se toma como base la clasificación propuesta por Pedrosa (2015), quien toma como base el modelo de Rauch y Frese (2007), que considera una visión global de la conducta emprendedora, e integra los rasgos generales con otros más específicos propios del comportamiento emprendedor. De esta

forma, a los rasgos ya mencionados en el párrafo anterior se añaden el de Motivación al Logro, Innovación, Optimismo y Tolerancia al Estrés. Con base en este modelo se desarrolló el Test Adaptativo Informatizado para Evaluar la Personalidad Emprendedora (Pedrosa, 2015), el cuál se utilizó como instrumento de recolección de información en el presente estudio.

Como puede apreciarse, el estudio de la conducta emprendedora hace referencia rasgos inherentes a la personalidad (tolerancia al estrés, motivación, tolerancia al riesgo), actitudes (optimismo, innovación, proactividad) e incluso creencias (locus de control y autoeficacia). Sin embargo, poco se ha profundizado sobre los factores que pueden incentivar el desarrollo de alguno de estos rasgos, o si estos pueden estar relacionados con otros aspectos de la personalidad, tales como el tipo de inteligencia o el estilo de aprendizaje predominante en cada individuo.

Emprendimiento y estilos de aprendizaje

Si bien parece haber cierto consenso respecto a los rasgos que caracterizan la conducta emprendedora, son muy variadas las aproximaciones teóricas respecto a los factores que pueden estar asociados a su formación y desarrollo. Fonrouge (2002) clasifica estas aproximaciones en cuatro categorías: comportamental, psicológica o cognitiva, económica y de procesos.

La perspectiva comportamental hace énfasis en el perfil psicológico que caracteriza al emprendedor exitoso; la perspectiva económica por su parte, explica el emprendimiento desde la perspectiva del homo economicus, cuya orientación es maximizar el beneficio y el bienestar; la perspectiva de procesos se relaciona con la capacidad para hacer planteamientos estratégicos que permitan al individuo utilizar recursos y capacidades para aprovechar oportunidades (Rodríguez, 2009).

Por otra parte, la perspectiva psicológica o cognitiva se orienta hacia las representaciones que el individuo forma respecto a sus comportamientos, los resultados de estos en términos de éxito o fracaso (Cooper et al, 1995), pero también se relaciona con la forma en que construyen su idea de la realidad y perciben oportunidades y riesgos. Dicho de otra manera, esta perspectiva se relaciona con la manera en la que el individuo aprende. Considerando lo anterior, parece interesante indagar en el campo de los estilos de aprendizaje, para de esta forma tratar de encontrar algún vínculo entre la predisposición del individuo para adquirir conocimiento y su propensión al emprendimiento.

Woolfolk (1996), citado por DGB (2004) define el concepto estilo de aprendizaje como "los rasgos cognitivos, afectivos y fisiológicos que sirven como indicadores estables de cómo los alumnos perciben interacciones y responden a sus ambientes de aprendizaje". En su aspecto cognitivo, tiene que ver con la estructuración de contenidos, el uso de

conceptos, la organización de la información y la representación de los resultados. En su aspecto emotivo, se relaciona con la motivación para aprender y las expectativas que produce el conocimiento; mientras que en el aspecto fisiológico se vincula con los ciclos biológicos a los que está sujeto el individuo, por ejemplo, horas de vigilia y sueño.

Se han desarrollado diversos modelos para explicar la organización del aprendizaje individual de acuerdo a estilos; por ejemplo en su teoría del aprendizaje experiencial, Kolb (1984) propone una clasificación en la que el estilo es la respuesta del estudiante tanto a los estímulos como a la utilización de estos en el contexto de aprendizaje, de tal suerte que algunos aprenden por la experimentación, otros por el análisis, otros por la observación y algunos por la acción (Cano, 2000).

Sobre esta base Kolb y otros autores como Honey y Mumford (1986), así como Alonso, Gallego y Honey (1995), citados por Camarero et al (2000) proponen cuatro estilos de aprendizaje que denotan la forma en que el individuo prefiere acceder al conocimiento:

1. Activo: Está centrado en la experiencia directa, y tiende a asumir roles de animador, descubridor, improvisador.
2. Reflexivo: Se enfoca en la observación y recolección de datos, por lo que se caracteriza por ser receptivo, analítico y paciente.
3. Teórico: Se basa en la conceptualización abstracta y en la formación de conclusiones, por lo que actúa de manera metódica, lógica, objetiva y estructurada.
4. Pragmático: Su énfasis se encuentra en la experimentación, así como en el uso práctico de las ideas, por lo que se comporta de manera realista y orientada hacia los resultados.

Kolb (1984) propone que el aprendizaje puede tener distintos puntos de partida, por ejemplo, la experiencia directa o la experiencia abstracta; y que estas experiencias se transforman en conocimiento mediante la reflexión o la experimentación activa. Reconoce que las fases actuar-reflexionar-teorizar-experimentar aparecen en la mayoría de las personas, pero también deduce que la mayoría se especializan en una o dos de estas funciones, lo que daría como resultado un estilo de aprendizaje predominante.

¿Se puede aprender a emprender?

La especialización en la manera de aprender, sugiere la necesidad de estructurar estrategias de enseñanza y aprendizaje que estimulen los diferentes estilos, pues lo que podría ser conveniente para estudiantes activos, como las prácticas con resultados inmediatos o retos, puede no ser lo más adecuado para alumnos teóricos, que en general parecen más motivados cuando revisan modelos, teorías o conceptos que les planteen un desafío (DGB, 2004).

La presente investigación fue planteada para determinar si alguno de estos estilos, cuya adopción se configura en etapas tempranas del desarrollo cognitivo, puede estar relacionada con el desarrollo del perfil emprendedor de los estudiantes universitarios, y por lo tanto, si los programas académicos pueden tener adecuaciones que estratégicamente se orienten a estimular el emprendimiento.

Materiales y Métodos

Para realizar el estudio, se utilizaron dos instrumentos: el Test Adaptativo Informatizado para Evaluar la Personalidad Emprendedora- TAI (Pedrosa, 2015), y el Cuestionario Honey Alonso sobre Estilos de Aprendizaje- CHAEA (Alonso 1991).

El TAI es un instrumento que consta de 105 items, agrupados en ocho categorías: autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgos. La sumatoria de los puntajes que arroja cada indicador se utilizó para construir el Índice General de Emprendimiento, que es la variable dependiente de la presente investigación.

El TAI fue validado mostrando una alta fiabilidad de las diferentes subescalas (alfa > ,81), así como evidencias de validez de contenido y constructo adecuadas. Cuenta con una alta consistencia interna cuyo factor general alfa=0.96 agrupa los ocho rasgos específicos de personalidad emprendedora definidos (Pedrosa, 2015).

Por otra parte el cuestionario CHAEA consta de 80 items, relacionados con los cuatro estilos de aprendizaje mencionados en el modelo de Kolb: pragmático, teórico, reflexivo y activo. El análisis de confiabilidad del cuestionario CHAEA muestra un factor de confiabilidad alfa de Kuder-Richardson (KR-20) global de 0.620, que se considera adecuado para su aplicación en estudiantes universitarios (Maureira, 2013)

Los cuestionarios de referencia fueron aplicados a una muestra de 240 estudiantes de los planes de estudio de Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial, en el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, México, entre el 15 y el 30 de agosto de 2016.

Hipótesis

Se plantearon 2 hipótesis de trabajo, cada una de ellas enfocada a determinar si los estilos de aprendizaje definidos en el modelo de Kolb están relacionados con el índice general de emprendimiento, y si este puede tener alguna conexión con los antecedentes laborales y el emprendimiento familiar.

H1: Puntajes elevados (mayores o iguales a 10) en el estilo de aprendizaje pragmático están relacionados con su índice general de emprendimiento.

H2: Puntajes elevados en el estilo de aprendizaje teórico (mayores o iguales a 10) están relacionados con su índice general de emprendimiento.

H3: Puntajes elevados en el estilo de aprendizaje reflexivo (mayores o iguales a 10) están relacionados con su índice general de emprendimiento.

H4: Puntajes elevados en el estilo de aprendizaje activo (mayores o iguales a 10) están relacionados con su índice general de emprendimiento.

Para el análisis de la información, se utilizó el software estadístico XLSTAT; se construyeron muestras como se indica en las tablas 2 y 3, y se analizó la diferencia de medias utilizando las pruebas de hipótesis t student y z, con el fin de determinar si la diferencia entre las medias es igual a 0 (hipótesis nula) o diferente de 0 (hipótesis de trabajo).

Resultados

La tabla 1 muestra los estadísticos descriptivos de la muestra utilizada.

Tabla 1. Media y desviación estándar de la muestra

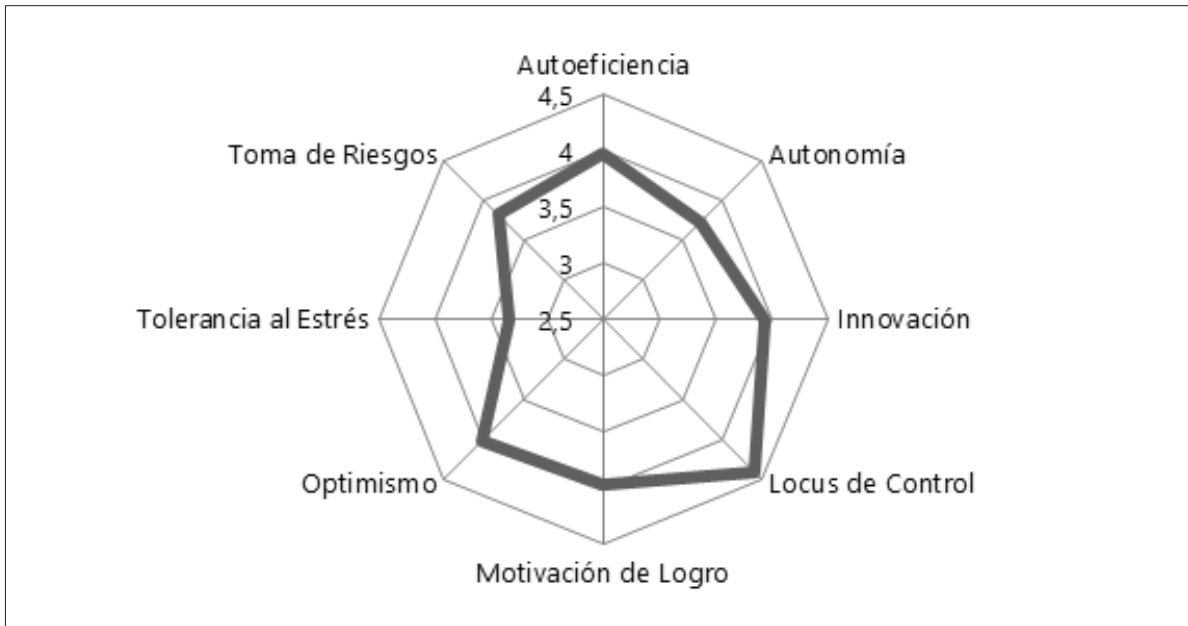
Factores de emprendedurismo	N	Media	Desv. Típ.
Autoeficiencia	240	3.9726	0.423
Autonomía	240	3.7174	0.356
Innovación	240	3.9467	0.36
Locus de Control	240	4.408	0.443
Motivación de Logro	240	3.9566	0.452
Optimismo	240	4.0295	0.417
Tolerancia al Estrés	240	3.3363	0.577
Toma de Riesgos	240	3.8221	0.607
Índice General de Emprendedurismo	240	31.189	2.423
Estilo de Aprendizaje			
Activo	240	9.616	3.018

Formar recursos humanos para el emprendimiento. ¿Existe alguna relación entre la conducta emprendedora y los estilos de aprendizaje?

Reflexivo	240	11.278	3.313
Teórico	240	10.793	3.2
Pragmático	240	10.304	3.308

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Rasgos de la personalidad emprendedora observados en la muestra.

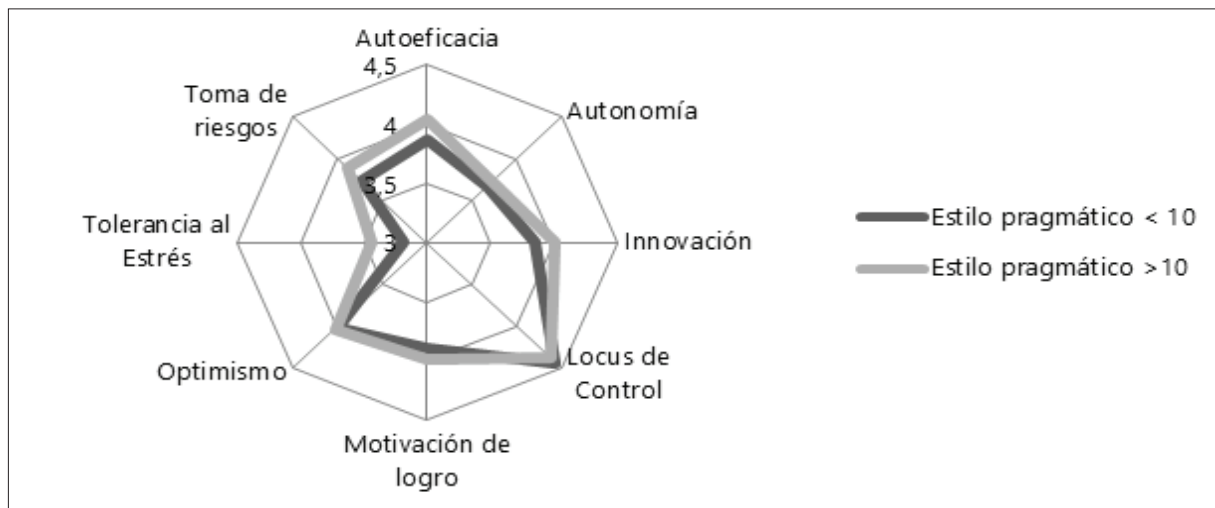


Fuente: Elaboración propia.

Como puede apreciarse, en los rasgos Locus de Control y Tolerancia al Estrés se observan las puntuaciones máxima y mínima, respectivamente. Este último representaría la principal área de oportunidad para desarrollar el perfil emprendedor de los estudiantes.

A continuación se integraron submuestras a partir de los puntajes obtenidos en el Test de Estilos de Aprendizaje CHAEA. En primer lugar, se compararon los rasgos de personalidad emprendedora de los estudiantes que obtuvieron calificaciones 10 o más puntos, con los que obtuvieron puntajes inferiores de acuerdo con este instrumento. En términos generales, se observó un mayor nivel de desarrollo de los rasgos emprendedores en los estudiantes cuyo estilo de aprendizaje es predominantemente pragmático. Destaca el aspecto tolerancia al estrés, donde el puntaje obtenido (3.43) es superior a la media de la muestra.

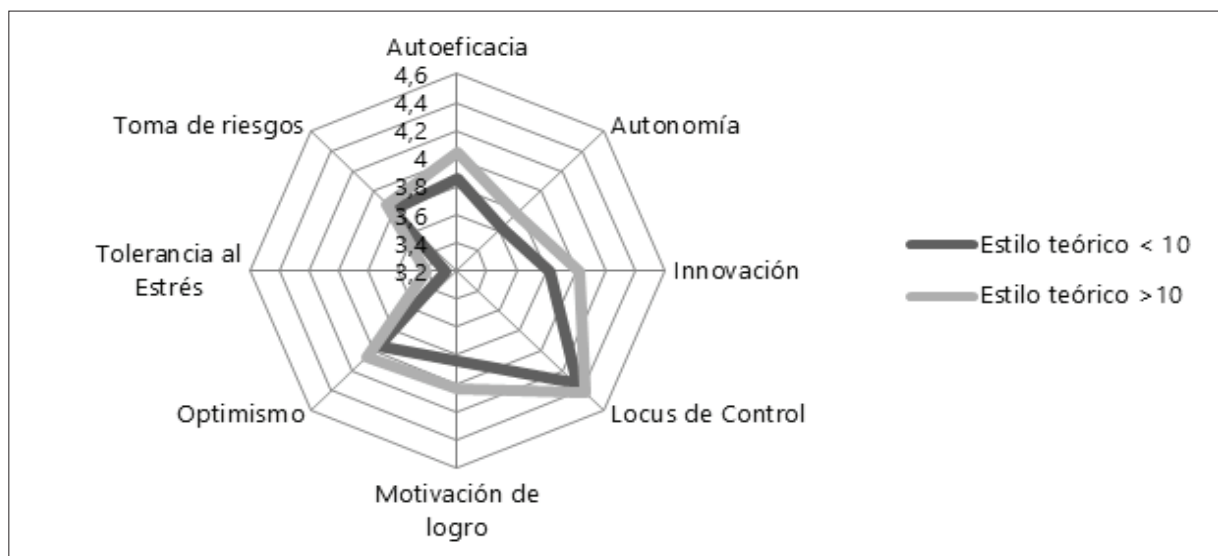
Figura 2. Rasgos de la personalidad emprendedora en estudiantes subdivididos según su puntaje en el estilo de aprendizaje pragmático.



Fuente: Elaboración propia.

Esta comparación se repitió para las submuestras formadas por estudiantes con puntaje mayor o igual a 10, y puntajes inferiores, para el estilo de aprendizaje teórico. Como resultado, se encontraron diferencias aún más notorias entre las submuestras, especialmente en los rasgos Motivación de Logro, Innovación, Autonomía y Autoeficacia, lo cuál indicaría que también los estudiantes con estilo predominantemente teórico manifiestan ventajas en el campo de la conducta emprendedora.

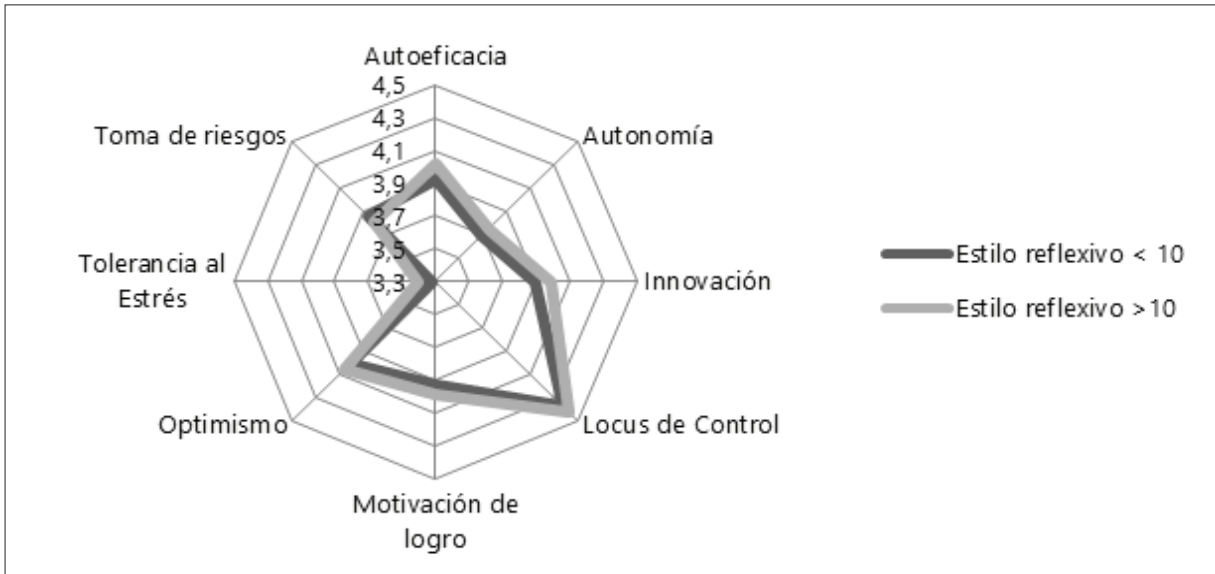
Figura 3. Rasgos de la personalidad emprendedora en estudiantes subdivididos según su puntaje en el estilo de aprendizaje teórico.



Fuente: Elaboración propia.

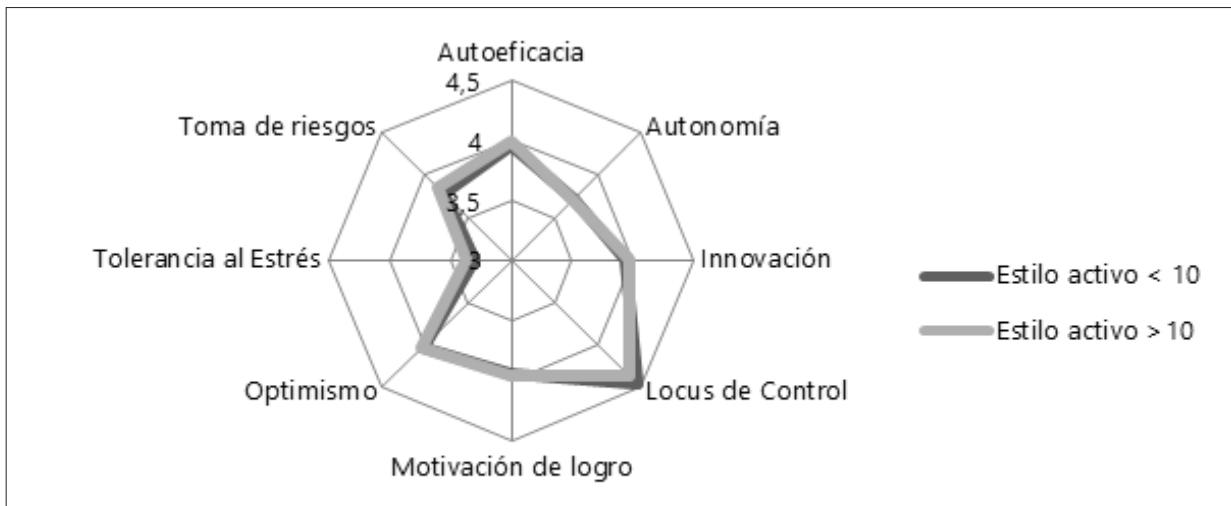
Formar recursos humanos para el emprendimiento. ¿Existe alguna relación entre la conducta emprendedora y los estilos de aprendizaje?

Figura 4. Rasgos de la personalidad emprendedora en estudiantes subdivididos según su puntaje en el estilo de aprendizaje reflexivo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Rasgos de la personalidad emprendedora en estudiantes subdivididos según su puntaje en el estilo de aprendizaje activo.



Fuente: Elaboración propia.

También se realizaron comparaciones para los estilos de aprendizaje activo y reflexivo, sin que se encontraran diferencias significativas en los rasgos de conducta emprendedora, como puede apreciarse en las figuras 4 y 5.

Finalmente, con el objetivo de confirmar las hipótesis de trabajo, se realizó el análisis de varianza, según se muestra en las tablas 2 y 3. Como puede observarse, los valores p en las pruebas z y t para las hipótesis 1 y 2 son < 0.05 , que es el nivel de significación alfa determinado para ambas pruebas, con un intervalo de confianza para la diferencia entre las medias al 95%, por lo que se considera que la media de las muestras es diferente de 0, lo que nos llevaría a aceptar las mencionadas hipótesis de trabajo. Para el caso de las hipótesis 3 y 4, los valores de p son mayores a 0.05, por lo que se considera que la diferencia entre las medias es igual a cero, y esto nos llevaría a rechazar las hipótesis respectivas.

Tabla 2. Comparación del índice General de Emprendimiento según los estilos de aprendizaje predominantes. Prueba z para dos muestras independientes.

Variable independiente: Índice General de Emprendimiento (IGEM)								
Variable Independiente	Obs.	IGEM Promedio	Desviación estándar	Dif.	z (Valor observado)	z (Valor crítico)	p-value (bilateral)	
Estilo pragmático, puntaje menor a 10	95	30.649	2.159	-0.904	-2.947	1.960	0.003	H1 Aceptada
Estilo pragmático, puntaje mayor o igual a 10	144	31.553	2.548					
Estilo teórico, puntaje menor a 10	78	30.524	2.135	-0.980	-3.135	1.960	0.002	H2 Aceptada
Estilo teórico, puntaje mayor o igual a 10	161	31.505	2.515					
Estilo reflexivo, puntaje menor a 10	75	31.012	2.526	-0.256	-0.740	1.960	0.460	H3 Rechazada
Estilo reflexivo, puntaje mayor o igual a 10	164	31.269	2.400					

Formar recursos humanos para el emprendimiento. ¿Existe alguna relación entre la conducta emprendedora y los estilos de aprendizaje?

Estilo activo, puntaje menor a 10	115	31.131	2.535	-0.111	-0.351	1.960	0.726	H4 Rechazada
Estilo activo, puntaje mayor o igual a 10	125	31.242	2.344					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Comparación del índice General de Emprendimiento según los estilos de aprendizaje predominantes. Prueba z para dos muestras independientes.

Variable dependiente: Índice General de Emprendimiento (IGEM)								
Variable Independiente	Obs.	IGEM Promedio	Desviación estándar	Dif.	t (Valor observado)	t (Valor crítico)	p-value (bilateral)	
Estilo pragmático, puntaje menor a 10	95	30.649	2.159	-0.904	-2.849	1.970	0.005	H1 Aceptada
Estilo pragmático, puntaje mayor o igual a 10	144	31.553	2.548					
Estilo teórico, puntaje menor a 10	78	30.524	2.135	-0.980	-2.963	1.970	0.003	H2 Aceptada
Estilo teórico, puntaje mayor o igual a 10	161	31.505	2.515					
Estilo reflexivo, puntaje menor a 10	75	31.012	2.526	-0.256	-0.754	1.970	0.452	H3 Rechazada
Estilo reflexivo, puntaje mayor o igual a 10	164	31.269	2.400					

Estilo activo, puntaje menor a 10	115	31.131	2.535	-0.111	-0.352	1.970	0.725	H4 Rechazada
Estilo activo, puntaje mayor o igual a 10	125	31.242	2.344					

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

El análisis de varianza nos permite concluir preliminarmente lo siguiente:

Los estilos de aprendizaje que parecen estar relacionados con la propensión a emprender son el estilo pragmático (hipótesis 1) y el teórico (hipótesis 2), mientras que los estilos activo (hipótesis 3) y reflexivo (hipótesis 4) no parecen estar relacionados con el índice general de emprendimiento. Este hallazgo da lugar a nuevas preguntas: ¿Tienen algo en común los estilos teórico y reflexivo? ¿Por qué estilos en aparente contraposición están relacionados con la personalidad emprendedora? Posteriores investigaciones podrían profundizar en el tema, con el fin de aclarar esta relación.

Preliminarmente, podría argumentarse que el emprendimiento comprende etapas como la planeación y la implementación, donde los estilos teórico y pragmático juegan un papel clave. Cabe señalar que los enfoques pragmático y teórico pueden ser vistos como estilos complementarios, y no excluyentes entre sí; denotan un perfil en el que el individuo se acerca al conocimiento a través de modelos teóricos, buscando posteriormente el uso práctico de los conceptos aprendidos.

Como resultado de lo anterior, se considera que en la propensión a emprender interactúan los estilos de aprendizaje teórico y pragmático a través de la experiencia práctica; esto sugeriría que cuando los estudiantes combinan estudio y trabajo, se refuerza el contraste teoría-práctica que ocurre en la secuencia de los estilos teórico-pragmático. Esfuerzos por incentivar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios podrían considerar el diseño de un currículum en el que se identifiquen oportunamente los estilos de aprendizaje, planteando estrategias de enseñanza y aprendizaje en los que, después del abordaje teórico, se recupere el sentido práctico del conocimiento, al tiempo que se incentive el desarrollar la práctica laboral durante el proceso formativo, y no sólo al final de los estudios.

Bibliografía

- Alonso, C. (1991). Estilos de aprendizaje: Análisis y diagnóstico en estudiantes universitarios. Tesis doctoral, Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Alonso, C.M.; Gallego, D.L. y Honey, P. (1995) Los estilos de aprendizaje. Procedimientos de diagnóstico y mejora. Bilbao: Ediciones Mensajero.
- Camarero, F. J., Martín, F. D. A., and Herrero, F. J. (2000). "Estilos y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios". *Psicothema*, 12 (4), 1-7.
- Cano, F. (2000). "Diferencias de género en estrategias y estilos de aprendizaje". *Psicothema*, 12(3), 360-367.
- Covin, J.G. & Slevin, D.P. (1989). "Strategic management of small firms in hostile and benign environments". *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Cooper, A.C., Folta, T. & Woo, C. (1995). "Entrepreneurial information search". *Journal of Business Venturing*, 10, 107120.
- Dirección General de Bachillerato (2004). Manual de Estilos de Aprendizaje. Material auto instruccional para docentes y orientadores educativos. Secretaría de Educación Pública, México.
- Filion, L.J. (2003). "Emprendedores y propietarios dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME)". *Revista de Administración de Empresas*, 34 (2), 5-28.
- Fonrouge, C. (2002). "Entrepreneur / Manager: deux acteurs d'une même pièce". Communication AIMS XI Conférence annuelle. En Actes des colloques de l'Association Internationale de Management Stratégique AIMS. Disponible en www.estrategie-aims.com/.
- Formichella (2004). "The Entrepreneurship Concept and Its Relation with the Education, the Employment and the Local Development". National Institute of Farming Technology.
- Honey, P. y Mumford, A. (1986) Using our learning styles. Berkshire, U.K.: Peter Honey.
- Hornaday, J.A. (1982). "Research about living entrepreneurs", in K. C.A., S. D.L. y V. K.H. (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 91-101). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kolb, D. A. (1984): *Experiential Learning. Experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.
- Kundel, L. (1991). Tipologías de las actividades emprendedoras de carácter económico. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Córdoba, España.
- Maureira, F. (2013). "Validez y confiabilidad del CHAEA en estudiantes de educación física de Chile". *Educación Física Chile*, 271, 8-15.
- Pedrosa García, I. (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado. Tesis doctoral, Universidad de Oviedo, España.
- Rauch, A. y Frese, M. (2007). "Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship" in J.R. Baum, M. Frese y R.J. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp. 41-65). Mahwah, NJ: Erlbaum.

- Rodríguez Ramírez, A. (2009). "Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial". *Pensamiento & gestión*, (26), 94-119.
- Sánchez, J.C. (2010). "Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE)". *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Vecchio, R.P. (2003). "Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads". *Human Resource Management Review*, 13, 303-327.
- Woolfolk A. (2006) *Psicología Educativa*, Ed. Prentice-Hall, México.

La personalidad emprendedora y el desarrollo de competencias profesionales en estudiantes de la Huasteca Potosina

Carmen del Pilar Suárez Rodríguez, Irma B. Suárez Rodríguez,
Yanely Domínguez Miguel, Griselda Meraz Acevedo, Nicolás A. Hernández
Delgadillo, Cynthia Zamora Pedraza

Resumen

Las competencias profesionales de los egresados del nivel superior requieren más que el dominio de contenidos disciplinares, los retos que propone un mundo complejo y globalizado hacen necesario que dentro del escenario universitario se desarrollen habilidades que les serán útiles no solo dentro del ejercicio de su profesión sino también para impactar en el desarrollo económico de su contexto social, es por ello que la UASLP ha integrado en su modelo educativo aspectos de formación en ocho dimensiones, dentro de las que se incluye la dimensión cognitiva y emprendedora, con la cual se espera que el emprendimiento se vea reflejado no solo en la creación de negocios sino en desarrollo de la creatividad y la inventiva, necesarios para la vida. Para conocer la personalidad emprendedora de los estudiantes de la Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la UASLP (CARHS) y diseñar estrategias de intervención acordes a sus necesidades se realiza un estudio descriptivo transversal con base en los resultados de la aplicación del Test Adaptativo Informatizado de Pedrosa, a 183 estudiantes de las 4 carreras, bajo un muestreo aleatorio. Para hacer una valoración del instrumento de 110 ítems, se utilizó el alfa de Cron Bach, eliminando los ítems con valoraciones fuera del rango de 0.7 y 0.9 considerados como óptimos. Se mantienen 78 ítems, consiguiendo con esto un alfa de Cron Bach de 0.940 para todo el instrumento. Posteriormente a través de estadística descriptiva se procede a analizar las respuestas proporcionadas por los estudiantes, encontrándose factores sociales, emocionales y hasta contextuales que merman el desarrollo de la personalidad emprendedora. Se considera que quien quiera emprender; necesita liderar con el ejemplo, llegar al vínculo academia – empresa, inteligencia emocional para enfrentar retos y desesperanzas, querer sobresalir y llegar a ser un empleador en lugar de ser un empleado. Sin duda es una cuestión de educación y cultura, que empieza a tomar interés por parte de las instancias implicadas, esperamos que el futuro sea más alentador para todos.

Palabras clave: Competencias Profesionales, personalidad emprendedora, identificación del contexto educativo, Triple Hélice, Investigación con beneficio social.

Abstract

The professional competencies of the graduates of higher education require more than the mastery of disciplinary content, the challenges proposed by a globalized and complex world make it necessary the development of skills within the university scenario that will be useful not only in the exercise of their profession but also to make an impact in the economic development of their social context, this is why the UASLP has integrated information aspects in eight dimensions into its educational model, including the cognitive and entrepreneurial dimension, which it is expected that entrepreneurship will be reflected not only in business creation but in creativity and inventiveness development, which are necessary for life. In order to know the entrepreneurial personality of the students of the UASLP's Southern Huasteca Region Academic Coordination and to design intervention strategies according to its necessities, a cross-sectional descriptive study, is made based on the results of the application of the Pedroza's Computerized Adaptive Test, applied to 183 students of all the 4 careers, under random sampling. To make a valuation of the 110-item instrument, Cronbach's Alpha was used, deleting the items with ratings outside the range of 0.7 and 0.9 considered as optimal. 78 items are kept, and obtaining with this a Cronbach's Alpha of 0.940 for the whole instrument. Subsequently through descriptive statistics it is proceeded to analyze the answers provided by the students, finding social, emotional and even contextual factors that reduce the development of the entrepreneurial personality. It is considered that who wants to start with entrepreneurship; needs to lead by the example, reach the academy-company link, emotional intelligence to face challenges and despair, the will to excel and become an employer instead of being an employee. Undoubtedly, it is a matter of education and culture, that starts to take interest by the implied parts, we hope that the future will be more encouraging for everybody.

Key words: Professional Competencies, entrepreneurial personality, educational context identification, Triple Helix, Research with social benefit.

Introducción

Las instituciones se conforman por diversos actores; en la Universidad, donde se construye el conocimiento, el rumbo que tomará la institución a corto, mediano y largo plazo depende en gran medida de la visión que tienen los académicos quienes, mediante sus propuestas evaluadas por cuerpos colegiados aportan a la consolidación de los esfuerzos institucionales. La autonomía otorga la libertad de decisión y acción que atiende las situaciones problemáticas identificadas no solo en el contexto universitario sino también en la sociedad donde está inmersa.

La Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la UASLP, desde su fundación en 2012 ha buscado a través de sus profesores, diseñar estrategias que aseguren la calidad educativa de los egresados de los cuatro programas educativos que actualmente se

imparten, para ello se han diseñado los contenidos curriculares atendiendo los aspectos marcados en el modelo educativo de la universidad y los 17 programas marcados en el Plan de Desarrollo Institucional, lo cual ha llevado a la apertura de escenarios de enseñanza aprendizaje que contribuyen a alcanzar estas metas (Suárez et al 2016). De la misma manera se pretende que cada profesor investigador desarrolle líneas de investigación que contribuyan a la generación del conocimiento dentro de sus áreas disciplinares pero que a su vez estén alineados a apoyar a los estudiantes y a generar productos de servicio a la comunidad.

Desde el inicio se ha realizado investigación sobre el desarrollo de productos a partir de la materia prima en la región huasteca (Espinosa et al, 2014; Ramírez et al, 2016) e investigaciones para mejorar la práctica docente así como el desarrollo de competencias profesionales pero que atiendan a la solución de problemas reales (Suárez et al, 2016) analizando previamente el contexto; (Suarez et al, 2017a; Suarez et al, 2017b), y tras una reflexión se consideró articular los esfuerzos para construir un modelo de emprendedurismo adecuado a las necesidades del contexto educativo y de investigación (Espinosa et al, 2016), en este primer trabajo se integraron actividades desarrolladas por estudiantes de Ingeniería Mecánica e Ingeniería Agroindustrial guiados por los profesores, pero si bien sirvieron de punto de partida han abierto otras interrogantes, por ejemplo ¿cómo sistematizar las prácticas docentes y de investigación de manera que se asegure su continuidad? ¿Cuál es la percepción de los estudiantes y profesores acerca de la importancia del desarrollo emprendedor? ¿Qué habilidades y características relacionadas con la personalidad emprendedora presentan los estudiantes?

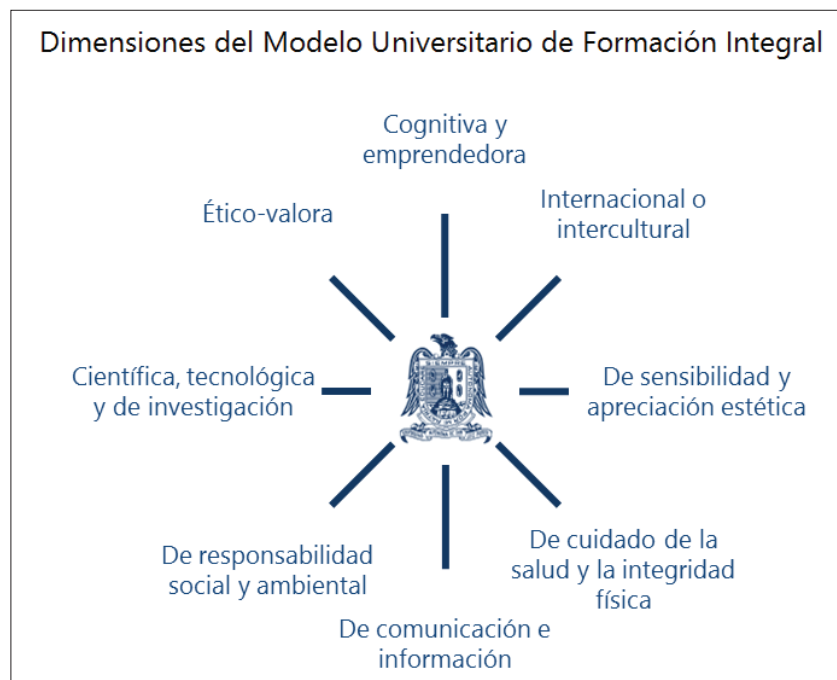
Estas interrogantes toman relevancia debido, especialmente, a que el Modelo Educativo de la Universidad (UASLP, 2016) dentro de las ocho dimensiones de formación de los estudiantes incluye las dimensiones Cognitiva y emprendedora, donde se espera que durante el proceso de formación los estudiantes desarrollen las capacidades que les permitan poder insertarse a la realidad social como un verdadero agente de cambio.

“... [] La formación universitaria no sólo involucra la adquisición y aplicación de los saberes acumulados, sino también la capacidad de inventiva, creatividad, movilización y propuesta que permiten la transformación de la sociedad en diferentes ámbitos (económico, político, cultural, social, ambiental). El proceso de formación en la universidad requiere el desarrollo y fortalecimiento de procesos cognitivos y emprendedores que permitan la adquisición y aplicación continua y para toda la vida de conocimientos y saberes culturalmente acumulados en los campos disciplinares, académicos, profesionales y sociales. Este desarrollo cognitivo posibilita a los sujetos seguir aprendiendo durante toda su vida, de tal forma que sean capaces de adquirir, desarrollar, dominar y aplicar conocimientos, habilidades, actitudes y valores necesarios para un desempeño competente en los contextos profesional/laboral, social y persona.”

“... [] En este sentido, el emprendimiento implica la comprensión del contexto, la capacidad de conceptualizar la situación actual y diseñar y dirigir procesos colectivos necesarios para alcanzar la situación deseada.”

Si bien es cierto es una competencia a desarrollar por los estudiantes, estas capacidades están asociadas al liderazgo del profesorado; identificar áreas de oportunidad que permitan alinear las actividades de investigación con docencia y que al mismo tiempo ofrezcan un servicio a la sociedad no es tarea fácil, de aquí la preocupación de entender el contexto en el cual se encuentra inmersa la comunidad académica para, a partir de ahí, proponer soluciones que atiendan a los tres aspectos anteriormente mencionados, investigación, docencia y aplicación del conocimiento con beneficio social.

Figura 1. Los fines del ME integra aspectos de formación de los estudiantes universitarios a través de los programas educativos que integran las 8 dimensiones.



Fuente: ME-UASLP, página 37.

Expectativa de vida, un factor para la decisión del emprendedurismo

En la sociedad actual, el concepto Entrepreneur es sinónimo de creación e innovación en proyectos factibles que respondan a las demandas contextuales, también se puede decir que es sinónimo de progresar, de generar iniciativas que produzcan cambios significativos en el círculo social y económico de las personas que se encuentran alrededor. El término emprendedor proviene de los vocablos latinos in, en, y préndere, cuyo significado es “acometer o llevar a cabo”, el término, de manera general se usa para señalar a quién inicia una empresa; por ello, puede afirmarse que emprendedor

es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo. (Poncio, 2010)

La primera vez que se usó el término *entrepreneur* fue en "Essai Sur la Nature du Commerce en Général", escrito por Richard Cantillon en 1755. (Pereira, 2003); el término designaba a una persona caracterizada por comprar productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos; Pereira también menciona que dicho término se empezó a usar de manera más frecuente y que el concepto fue enriqueciéndose con los aportes de economistas importantes como Say (1852), Knight (1921), Baumol (1968 y 1993), Braudel (1985) y Casson (1982), quienes diferenciaron al emprendedor del inversionista, al reconocer la diferencia en el rendimiento que cada uno espera de sus acciones. Sin embargo, fue Schumpeter (1934) quien puso de manifiesto por primera vez que el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico.

Un *entrepreneur* tenderá a ser una persona que vive un proceso de innovaciones continuas, en el momento en que deja de realizarlas deja de ser emprendedor, aunque siga siendo empresario. Bajo este contexto y siguiendo a Pereira (2003), el espíritu del empresario/emprendedor está centrado en el individuo incluyendo sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, más que en su actividad de negocios.

Ahora bien, ¿qué factores y características deben tener los emprendedores?, ¿todos pueden ser emprendedores o es acaso que son habilidades adquiridas o aprendidas? Ernst & Young (2011) argumentan que no se nace siendo emprendedor, aunque hay características y experiencias que aumentan las probabilidades para que una persona elija este camino y que logre tener éxito a largo plazo. Se ha observado que el conjunto de comportamientos gerenciales que caracterizan a muchos de los líderes emprendedores incluye factores como su disposición para tomar riesgos y aprovechar oportunidades, así como su apertura al cambio, y recurren a sus experiencias de vida para crear un producto determinado.

Puede ser que los líderes emprendedores no nacen, sino se hacen, pero una gran mayoría de ellos emprendieron su primer proyecto cuando aún eran muy jóvenes. Ernst & Young realizó un estudio en el cual, entre los 685 emprendedores líderes encuestados, más de la mitad había comenzado su primera compañía antes de los 30 años. Aunque los sujetos de estudio iniciaron a una edad relativamente joven, la mayoría de los líderes emprendedores no comenzaron sus proyectos como recién egresados de la educación superior, pero comentaron que el contar con algo de experiencia en los negocios es una base fundamental que aumenta la probabilidad de tener éxito en el futuro como emprendedor y que la experiencia profesional es también de suma importancia para alcanzar los objetivos. La educación superior fue clasificada como el factor más importante por casi una tercera parte de los encuestados y solo fue superada por la respuesta "experiencia como empleado".

Todo lo anterior, nos lleva a reflexionar sobre la relevancia de atender desde la universidad las competencias emprendedoras a manera de dotar de herramientas que faciliten el éxito profesional de los egresados, especialmente en un país como México donde encontrar un empleo se vuelve cada vez más complejo el estar ante un mercado laboral que no se encuentra en las mejores condiciones de desarrollo es un asunto de injerencia institucional. Por ello, es indispensable que las instituciones de educación superior fomenten en los alumnos una visión que tienda al desarrollo de negocios propios con el objetivo de ayudar, no sólo a la reactivación económica, sino a la creación de fuentes de trabajo y por lo tanto a una mejora en la calidad de vida de la población, cumpliendo así con su deber como generadora de conocimiento y formación de profesionistas sensibles a la realidad social.

Las universidades deben inculcar en sus estudiantes una visión empresarial que refleje la realidad que vive el país, una realidad en la cual la dinámica de globalización, en la que México empieza a tomar relevancia gracias a la etapa de madurez que presentan los mercados locales, además del fuerte impulso que muchos empresarios nacionales han logrado a base de trabajo por décadas, debe ser la línea que guíe la formación profesional al interior de las aulas.

Aún cuando las microempresas son netamente locales, una visión amplia del mercado puede provocar en el empresario el deseo de ampliación y crecimiento (Hernández y Arano, 2015) incluso a nivel internacional, por lo que es imprescindible que nuestro país priorice las políticas que impulsen la competitividad y la productividad, promoviendo así una mayor participación mundial. Si se habla sobre políticas públicas, es importante mencionar el trabajo que el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) ha venido haciendo en los últimos años durante los cuales ha buscado incentivar el emprendedurismo, necesario para generar empleos en el país. Este Instituto ha enfocado sus esfuerzos en lograr que los jóvenes desarrollen la creatividad, aplicándola a la creación de nuevas empresas y productos. Emprender no sólo es crear un nuevo producto o iniciar una nueva empresa, también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado.

Para emprender; es necesario tener visión hacia las necesidades del contexto y del consumidor; es ver esas necesidades, dónde nadie más las ve. Desarrollar una cultura emprendedora es una forma de pensar, razonar y actuar, se vincula a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede estar al alcance de todas las personas que quieren estar dispuestas a la creación, a la mejora, a la realización y a la renovación de valor económico y social, tejiendo redes de colaboración con investigadores, académicos, empleados, clientes, proveedores y sociedad en general.

Un negocio fortalecido y en crecimiento genera oportunidad de trabajo en las personas contratadas, genera crecimiento en otro negocio, que es el proveedor y se desarrolla una cadena de oportunidad y de generación de riqueza; incentivando de ese modo la productividad de nuestro país. (Hernández, C, y Arano, R, 2015).

Pero ¿Cuáles son los componentes indispensables para desarrollar la capacidad emprendedora? Gutiérrez (2012) define a los factores idóneos para el surgimiento del espíritu emprendedor como:

Libertad: Componentes para el nacimiento de un espíritu emprendedor, teniendo en cuenta que la actitud de todo emprendedor involucra comenzar, investigar, arriesgarse, las mismas sólo son posibles en un ambiente de libertad, pues sólo él puede dar la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, para así realmente poder aprovechar las oportunidades.

Educación: Factor que sin duda alguna ejerce una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor pues permite avizorar las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.

El entorno o el medio: Contexto donde se desarrolla un emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante, existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente donde es coartado. Se necesitará una arraigada inteligencia emocional, donde el tiempo y esfuerzo que ejecuten los emprendedores hará que logren conseguir cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora.

El escenario institucional: Primordial para favorecer el nacimiento del espíritu emprendedor, un escenario sólido que regule las actividades económicas y sociales y que logre proyectar un futuro con reglas claras, además de generar un acceso a la información, siendo ésta fundamental para la toma de decisiones.

Jóvenes y empresarios. ¿Una realidad latente? o ¿Una intención universitaria?

México es la undécima mayor economía del mundo (en cuanto al PIB medido según la paridad del poder de compra). En las últimas tres décadas, el país ha experimentado enormes cambios estructurales. Según el documento Estudios Económicos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2017), como economía mexicana, se ha pasado de ser dependiente del petróleo a principios en la década de los 90 a un centro manufacturero después del tratado de libre comercio a mediados de esa misma década.

Nuestro país, se ha convertido cada vez más en un centro de comercio internacional. La proximidad al mercado de exportación de Estados Unidos de América sigue siendo una ventaja competitiva, pero México ha impulsado estratégicamente el libre comercio al suscribir 12 acuerdos con 46 países, es ahora un importante exportador mundial de automóviles y televisores de pantalla plana, entre otros productos. Sin embargo, el

potencial económico del país se ve obstaculizado por desafíos importantes como los altos niveles de pobreza, extensa informalidad, tasas bajas de participación femenina, aprovechamiento escolar insuficiente, exclusión financiera, una norma de derecho endeble y niveles persistentes de corrupción y delincuencia. Especialmente en zonas donde las vías de comunicación dificultan el acceso que afecta la recepción de materias primas y el transporte de mercancías como es Tamazunchale San Luis Potosí.

Si bien dichos retos no son nuevos, quienes fueron universitarios a finales de la década de los noventa y principios del año 2000 se han podido percatar que si se han ampliado las relaciones internacionales y de comercio con otros países; pero los retos de pobreza y de mala distribución de la riqueza se han acentuado profundamente en varios sectores de nuestra sociedad mexicana. Es aquí donde surge la pregunta, ¿qué está haciendo la academia hacia y para los estudiantes que ingresan a una carrera universitaria en pleno siglo XXI? ¿Se están colocando las condiciones necesarias para que nuestros jóvenes universitarios emprendan?

Según el informe de labores de la Secretaría de Economía de San Luis Potosí, el Producto Interno Bruto (PIB) de San Luis Potosí en 2013 representó el 1.9% con respecto al total nacional y en comparación con el año anterior tuvo un incremento del 0.6%, se menciona también que San Luis Potosí ocupó el 14º lugar por el valor de sus exportaciones, las cuales alcanzaron los 7,766.4 mdd., lo que representó el 2.4% a nivel nacional, se destaca como principal actividad la industria manufacturera con un valor en sus exportaciones de 7,519.6 mdd. y el subsector con mayor participación fue la fabricación de equipo de transporte que representó el 61.9%. Referido a la ciencia y tecnología, el estado ocupa el lugar 16 de los 32, se ocupa el cuarto lugar en Infraestructura académica y de investigación, el lugar número 13 en Inversión en ciencia, tecnología e innovación y el lugar 15 en Productividad científica e innovadora, además del 18 en Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Como parte del proyecto iniciado en la CARHS-UASLP donde se busca promover la investigación aplicada, específicamente en el desarrollo de proyectos que anclados con la investigación académica y la profesionalización se preste atención especial a problemas que afectan a la sociedad (Espinosa et al, 2016). Con base en esta iniciativa se puede notar que el trabajo colaborativo entre estudiantes y profesores de la CARHS ha creado ambientes de aprendizaje con un enfoque de responsabilidad social y económica. Sin embargo, no es posible afirmar a éste punto que se tienen las condiciones ideales y que ha sido una actividad sencilla ejecutarlo. Los universitarios de la CARHS UASLP son una realidad latente y la vinculación academia-universidad-sociedad, está pasando de ser una intención a un caso aplicable.

Sin embargo, es necesario seguir trabajando. Se necesita seguir potenciando la creatividad del estudiante, mientras más temprano, es mejor, se necesita un involucramiento consciente de las autoridades estatales y municipales, hacia la sociedad, y se necesita

además que los empresarios, empiecen a ver en la academia, los servicios que les puede ofrecer. No es sencillo. Es un trabajo que tiene que ser constante, porque como dice el emprendedor Luis Legarreta Monroy, director y creador de la Plataforma Wisum México, "no es emprendedurismo, es ¡emprende-durísimo!" De aquí que en este trabajo se propone identificar las características de los estudiantes de las cuatro carreras que se ofrecen en la Coordinación Académica Región Huasteca Sur, Enfermería con orientación en obstetricia, Contador Público con especialidad en finanzas, Ingeniería Agroindustrial e Ingeniería Mecánica Eléctrica.

Metodología

Se hace un estudio descriptivo de las características emprendedoras de los estudiantes, ya que como se ha mencionado en este documento, para poder definir líneas de acción que favorezcan las habilidades emprendedoras es necesario conocer a la población. Para ello, se aplicó como instrumento para la recolección de datos una versión ajustada del Test Adaptativo Informatizado para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora, desarrollado por Pedrosa (2015) como parte de la tesis doctoral del mismo nombre.

Dicho instrumento fue aplicado a una muestra de N=183 alumnos de las cuatro carreras de Enfermería, Ingeniero Mecánico Electricista, Contador Público e Ingeniería Agroindustrial de la Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, durante el semestre agosto-diciembre 2017. El análisis de datos fue realizado a través de estadística descriptiva, con la finalidad de identificar aquellos aspectos que permitieran representar adecuadamente a la población de estudio.

Para Pedrosa (2015) existen diferentes factores que influyen en la actitud emprendedora, entre estos podemos encontrar aspectos culturales, sociales, económicos, contextuales así como aquellos de tipo personal, concluyendo que estos últimos son de mayor relevancia en el análisis de la personalidad emprendedora. Tomando como base esta conclusión, la cual se deriva de un exhaustivo análisis de diferentes modelos teóricos, propone uno propio para definir la personalidad emprendedora el cual consta de nueve rasgos específicos: motivación de logro, toma de riesgos, innovación, autonomía, autoeficacia, tolerancia al estrés, locus de control interno, locus de control externo y optimismo. Dicho modelo ha servido de base para el desarrollo del TAI para el Análisis de la Personalidad, mismo que ha sido aplicado, en su versión extensa, para recolectar los datos de la población estudiada.

De origen el test se conforma por 107 ítems (Pedrosa, 2015) a los cuales, para efectos del presente estudio, se agregaron 3 más con la intención de obtener información sobre el contexto del encuestado, y su materialización consta de las preguntas: ¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio? En caso de ser afirmativa la respuesta ¿has participado en el negocio familiar? ¿Tienes experiencia laboral? De esta manera la batería final aplicada en la CARHS contó con un total de 110 ítems.

Con la intención de medir la consistencia interna del instrumento se utilizó el Alfa de Cron Bach el cual, de acuerdo con Celina y Campo (2005) califica el grado en que un instrumento de varios ítems mide consistentemente una muestra de la población siendo los resultados entre 0.7 y 0.9 considerados como óptimos. Una vez aplicado el método antes mencionado, se procedió a eliminar un total de 29 ítems, consiguiendo con esto un alfa de Cron Bach de 0.940 para todo el instrumento, por lo que se toma como óptimo. En cuanto a la organización de los 78 ítems que se conservaron, se respetaron las dimensiones propuestas y definidas por Pedrosa (2015) y que se detalla en la Tabla 1.

Tabla 1. Definiciones operacionales y confiabilidad del instrumento.

Dimensión	Definición	Ítems	Alfa de Cron Bach
Motivación de Logro	Es la actitud que muestran algunas personas al cumplimiento de objetivos concretos. Aquellos quienes presentan esta dimensión toman parte en actividades que requieren planificación de futuro y responsabilidad individual. Podría considerarse también como el deseo de alcanzar estándares de excelencia.	9	0.880
Toma de riesgos	Disposición que presenta una persona para asumir riesgos, con la intención de alcanzar un objetivo que signifique un beneficio personal o común.	11	0.815
Innovación	Representada por aquel individuo cuya voluntad se centra en el desarrollo de nuevas formas de hacer las cosas.	12	0.837
Autonomía	Capacidad de auto controlar las tareas que se realizan. De acuerdo a lo que Pedrosa (2015) cita de Cromie (2000) esta forma de autocontrol se realiza evitando las reglas y restricciones impuestas; se ha considerado que esta dimensión deba interpretarse como libertad que el individuo tiene o ejerce para poder definir los cursos de acción que tomará para el logro de las metas.	10	0.775
Locus de control	Pedrosa (2015) considera este concepto desde un punto de vista bidimensional, ya que en él se incluyen tanto el locus de control Interno y externo. Según Pedrosa (2015) de acuerdo a lo que cita de Rotter (1966) la dimensión interna se refiere al grado de control que una persona guarda sobre la consecuencia de su conducta, mientras que el externo se explica como la atribución de las consecuencias de eventos o actos a factores externos o causales. Una persona con locus de control externo elevado sería más dependiente de aspectos como la suerte o la casualidad mientras que una con locus de control interno confiaría más en ella misma y en los efectos de sus actos.	7	0.869

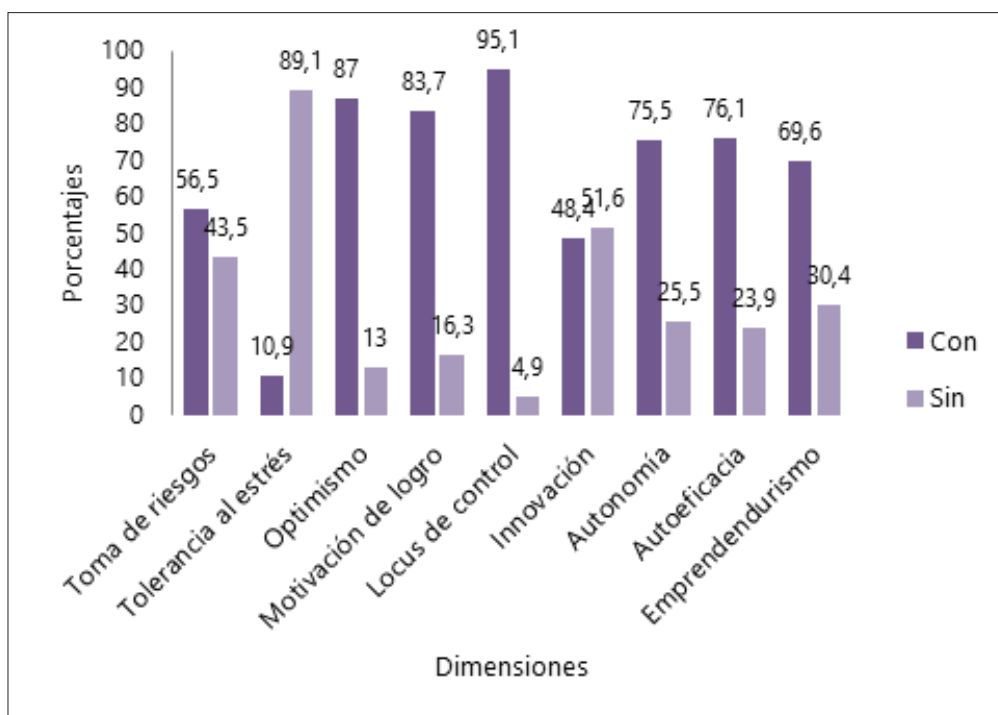
Auto eficacia	Convicción de poseer la capacidad para organizar y ejecutar eficazmente acciones que deriven en la consecución de los resultados deseados.	10	0.876
Tolerancia al estrés	Capacidad de un individuo para enfrentarse a diferentes situaciones amenazadoras al entender que se cuenta con las habilidades necesarias para afrontarlas de manera exitosa.	9	0.629
Optimismo	Creencia personal de que, de manera sostenida en el tiempo, sucederán acontecimientos positivos antes que negativos.	8	0.867

Fuente: Elaboración propia basada en Pedrosa (2015).

Resultados y discusión

Con los datos recabados y procesados se han obtenido las gráficas que a continuación se presentan. La Figura 2 muestra el comportamiento general de las diferentes dimensiones de la personalidad emprendedora tomando en cuenta dos resultados posibles.

Figura 2. Porcentajes Generales por Dimensiones Categóricas.



Fuente: Elaboración propia.

De esta forma se evidencia que, la dimensión con mayor presencia entre los estudiantes encuestados es locus de control con un 95.1% mientras que tolerancia al estrés es la de menor porcentaje obtenido, siendo éste del 10.9%.

Además de locus de control se identifican las dimensiones de optimismo (87%) y motivación de logro (83.7%) con una presencia importante entre la muestra estudiada.

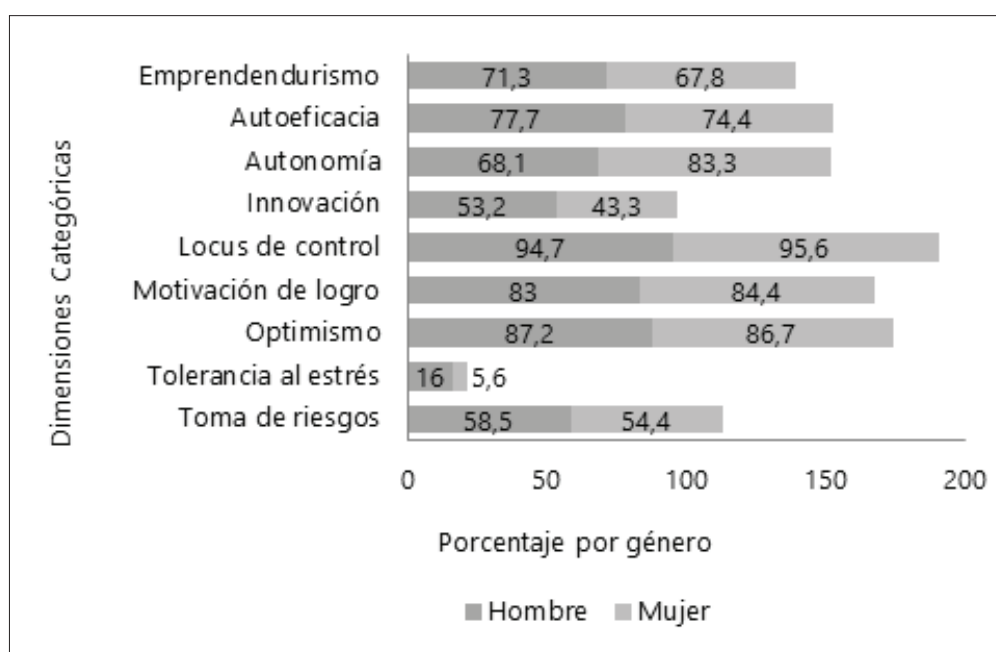
En cuanto al Índice General de Emprendedurismo es importante resaltar que del total de encuestados el 69.6% presenta, en mayor o menor medida, las ocho dimensiones estudiadas; es decir, más de la mitad de la muestra analizada dentro de la CARHS tiene la predisposición a desarrollar la personalidad emprendedora.

En cuanto a la relación género-personalidad emprendedora, se observa en la figura 3 que los hombres han obtenido el mayor porcentaje general con un 71.3% frente a un 67.8% generado por las mujeres.

Las dimensiones en las cuales los hombres obtienen una marcada ventaja es en tolerancia al estrés (16% hombres, 5.6% mujeres) e innovación (53.2% hombres, 43.3% mujeres). Para el género femenino la mayoría porcentual más significativa la obtienen en una sola dimensión, la de autonomía con un 83.3% contra el 68.1% de los hombres.

Respecto al resto de las dimensiones analizadas, el comportamiento por género se muestra equilibrado, con una diferencia porcentual no significativa.

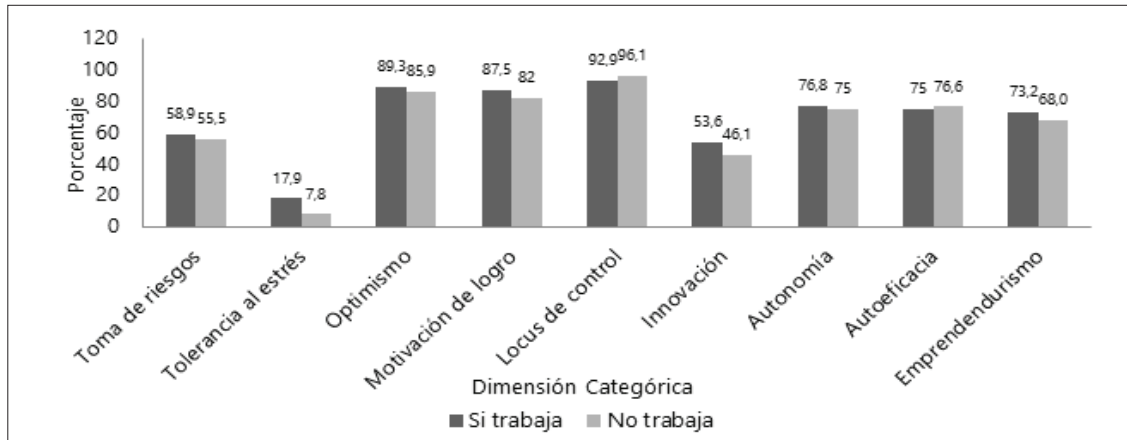
Figura 3. Dimensiones categóricas por género.



Fuente: Elaboración propia.

Para la elaboración de la Figura 4 se clasificó a los estudiantes de acuerdo a si trabajaban o no al momento de contestar la encuesta.

Figura 4. Dimensión Categórica respecto a la inserción laboral.



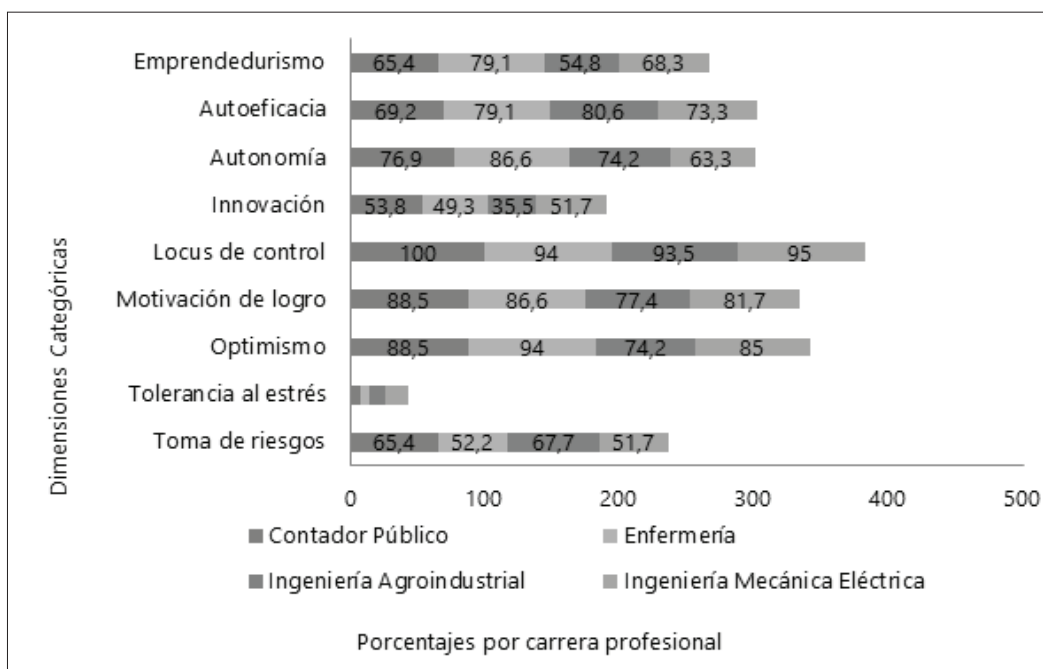
Fuente: Elaboración propia.

Resulta relevante observar que el contar o no con un trabajo en el momento de contestar la encuesta no marcó una diferencia significativa en el desarrollo de la personalidad emprendedora, tal y como se ve en el Índice General de Emprendedurismo en el que se vuelve evidente que aquellos alumnos que sí trabajan tienen una ventaja de 5 puntos porcentuales sobre los que no, siendo las dimensiones de tolerancia al estrés e innovación la más sensibles a la condición laboral. Tal parece que la condición de ser empleado podría ser una limitante en el descubrimiento de la personalidad emprendedora al colocar a la persona en una posición de confort ante la seguridad de percibir un sueldo seguro.

Del análisis de los rasgos evaluados de acuerdo al programa educativo (Figura 5) se observa que la carrera de Enfermería es la que obtiene un mayor porcentaje en el Índice General de Emprendedurismo, con un 79.1% mientras que en el extremo contrario se encuentra la carrera de Ingeniería Agroindustrial. Comparados entre sí, la gráfica nos muestra que los resultados, por dimensiones, colocan a Enfermería como la más fuerte en autonomía y optimismo, mientras que su punto más débil es el de tolerancia al estrés; para Contador Público los rasgos de innovación, locus de control y motivación de logro son los que mayor ventaja presentan, mientras que en autoeficacia la carrera encuentra su mayor debilidad.

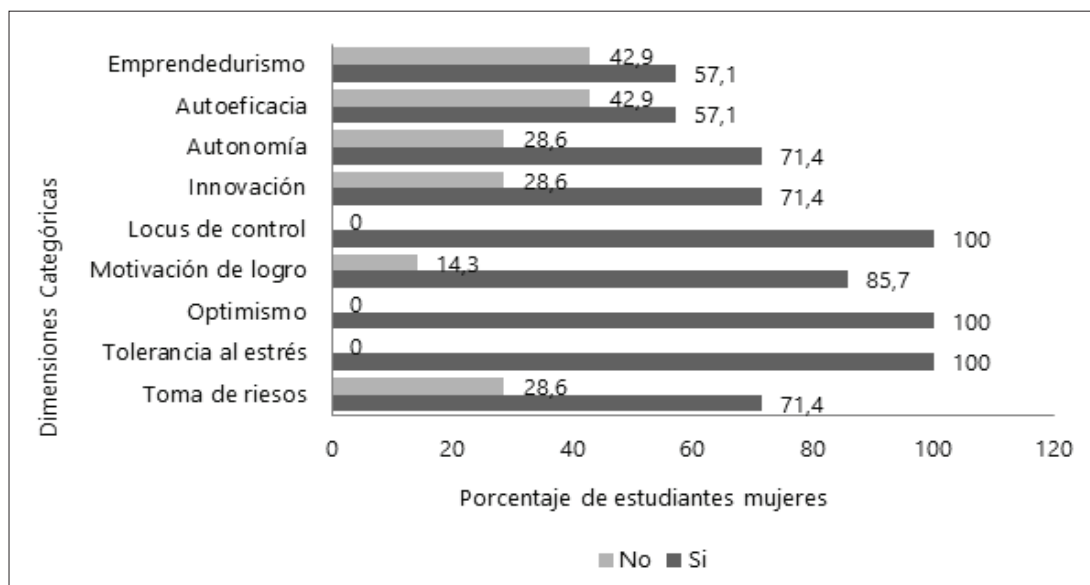
Siguiendo con el análisis, para Ingeniería Agroindustrial son los rasgos de autoeficacia y toma de riesgos aquellos en los que más sobresale, en contraparte la innovación podría ser una oportunidad muy importante a desarrollar; finalmente para el programa de Ingeniería Mecánica Eléctrica su fortaleza se encuentra en la tolerancia al estrés, mientras que la autonomía, y toma de riesgos son sus principales debilidades.

Figura 5. Porcentaje de dimensiones categóricas por carrera profesional.



Fuente: Elaboración propia. La dimensión categórica: Tolerancia al estrés arrojó datos muy pequeños para todas las carreras, los incluimos en éste apartado por si es de su interés. Tolerancia al estrés 7.7 en CP, 6 en Enf, 12.9 en IA y 16.7 en IME

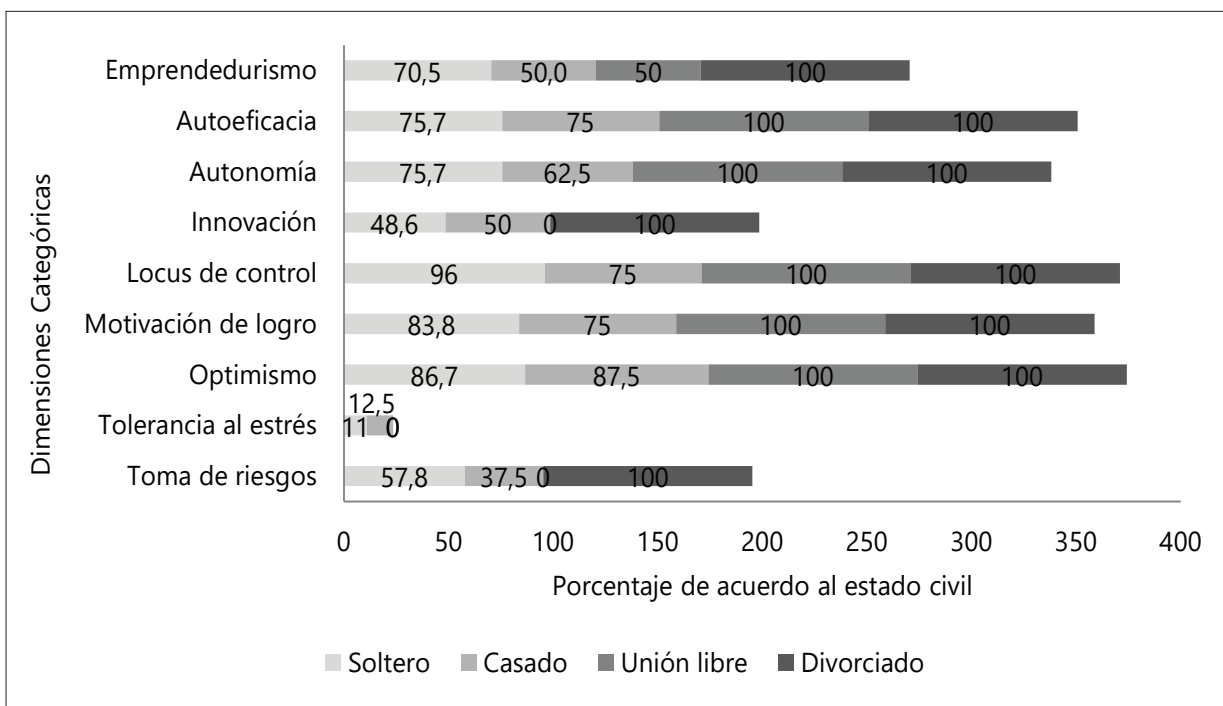
Figura 6. Alumnas con condición de madres solteras vs. Dimensiones categóricas.



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 6 muestra los resultados de las encuestas aplicadas a alumnas quiénes, además, con madres solteras; mientras que el color oscuro refleja el porcentaje total de alumnas madres solteras que consideraron poseer la dimensión analizada, en contraparte el color claro se ha utilizado para señalar a las alumnas, con las mismas características, que consideraron no poseer las dimensiones analizadas, en ambos casos el resultado es en porcentajes. Así entonces las estudiantes, que además son madres solteras, demuestran una mayor tendencia al desarrollo de la personalidad emprendedora, de acuerdo a lo que se marca en el Índice General de Emprendimiento, identificado en la gráfica con la etiqueta "emprendedurismo"; incluso de manera general se observa que estas estudiantes presentan un desempeño en los rasgos evaluados por encima de aquellas estudiantes que no tienen hijos, sobresaliendo en tolerancia al estrés, optimismo y locus de control. Es posible que el contar con dependientes económicos sea el principal motor que haga que las alumnas en ésta condición presenten mejores resultados.

Figura 7. Dimensiones categóricas de acuerdo al estado civil.

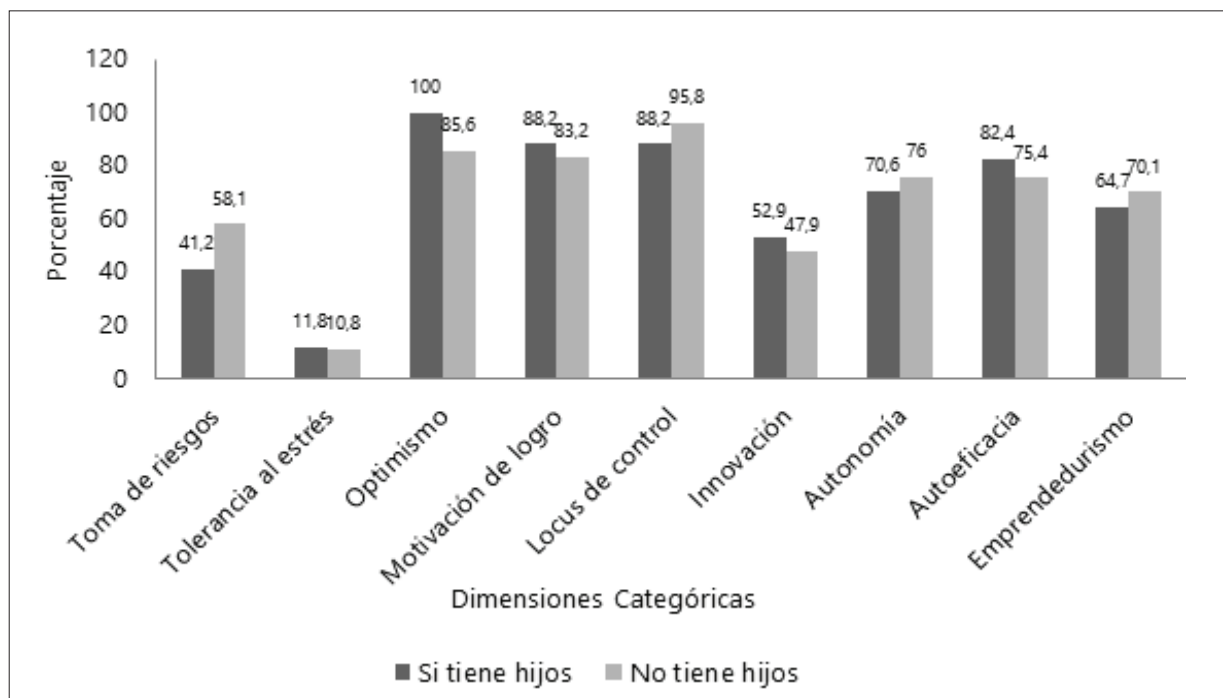


Fuente: Elaboración propia.

El análisis de los datos, de acuerdo al estado civil de los encuestados nos muestra que son los alumnos divorciados quienes presentan, por mucha diferencia, un mayor índice de emprendedurismo, seguido por los solteros y, en empate, quiénes están casados o en unión libre.

De acuerdo a los resultados generales mostrados en la Figura 8, se observa en la columna etiquetada como "emprendedurismo", que aquellos estudiantes que manifestaron no tener hijos son los que obtuvieron la puntuación más elevada en este rubro con un 70.1% frente al 64.7% de los estudiantes que si tienen hijos, siendo un margen de diferencia de 5.4%. Para el caso de estudiantes con hijos, las dimensiones con mejor puntuación fueron las de optimismo, motivación de logro, innovación y autoeficacia; mientras que para los estudiantes sin hijos son las de locus de control y toma de riesgos.

Figura 8. Dimensión Categórica de acuerdo a los y las estudiantes que tienen hijos.



Fuente: Elaboración propia.

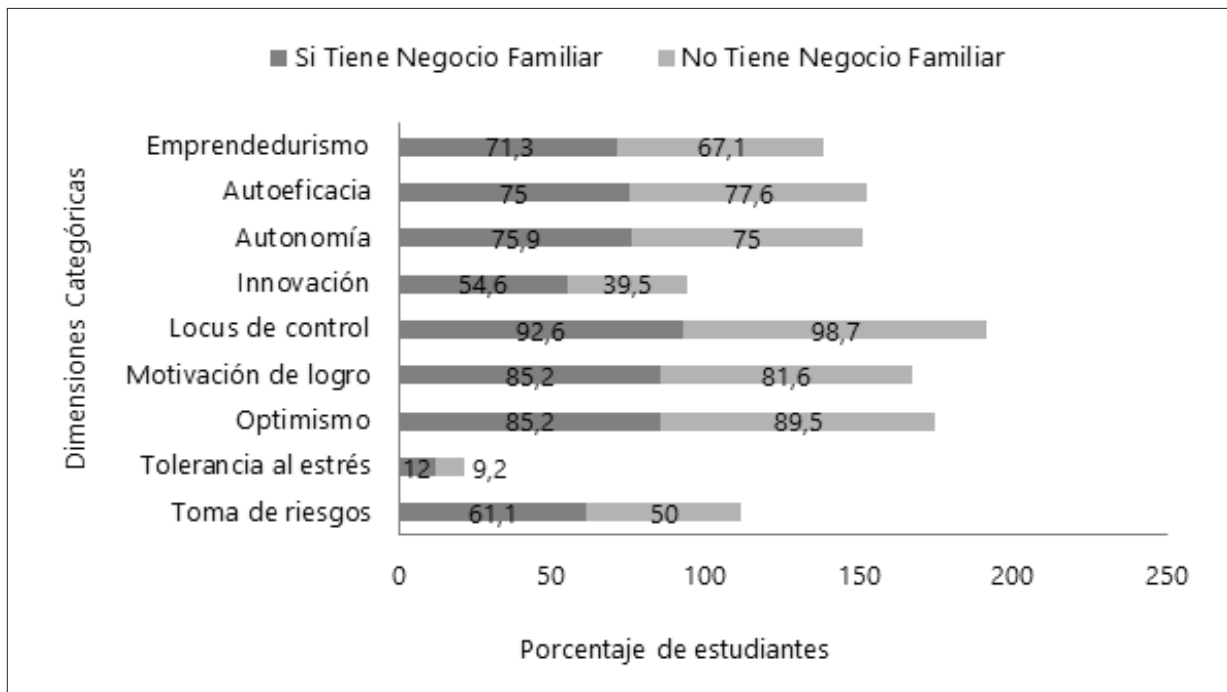
El contar con un negocio podría considerarse como una oportunidad para formar, en los integrantes de la familia, el deseo de emprender su propia empresa a futuro, sin embargo la gráfica 8 nos demuestra que no siempre es así. Con el objetivo de demostrar el impacto de un negocio familiar en el desarrollo de la personalidad emprendedora se ha incluido la presente gráfica en la que se puede observar, de color oscuro, los resultados para aquellos estudiantes encuestados que manifestaron contar con antecedentes de negocio familiar mientras que de color claro se ha dispuesto el total de alumnos (en porcentajes) que no cuentan con la condición antes mencionada.

La diferencia entre aquellos estudiantes cuya familia posee o no un negocio es de sólo el 4.2% a favor de los primeros, por lo que podríamos decir que la simple presencia de un antecedente empresarial familiar no es significativa en la formación de la personalidad emprendedora. Es importante mencionar que, aun cuando los

resultados generales son muy similares, existen algunos aspectos que resultaron mejor puntuados en aquellos quiénes manifestaron tener antecedentes de negocio familiar, siendo el caso de la innovación, tolerancia al estrés y la toma de riesgos mientras que, en el caso contrario, tenemos que las dimensiones menos sensibles a la presencia o no del antecedente empresarial en la familia fueron locus de control y el optimismo que se encuentran más desarrollados en los estudiantes en cuyas familias no ha habido presencia de negocios.

Lo que se presenta en esta gráfica puede ser muy alentador para todos aquellos estudiantes que provienen de familias cuya tradición laboral ha sido como empleados, ya que desmitifica la idea de que el negocio familiar es una plataforma para el éxito como futuro empresario.

Figura 9. Comportamiento de las dimensiones categóricas en estudiantes con antecedentes de negocio familiar.

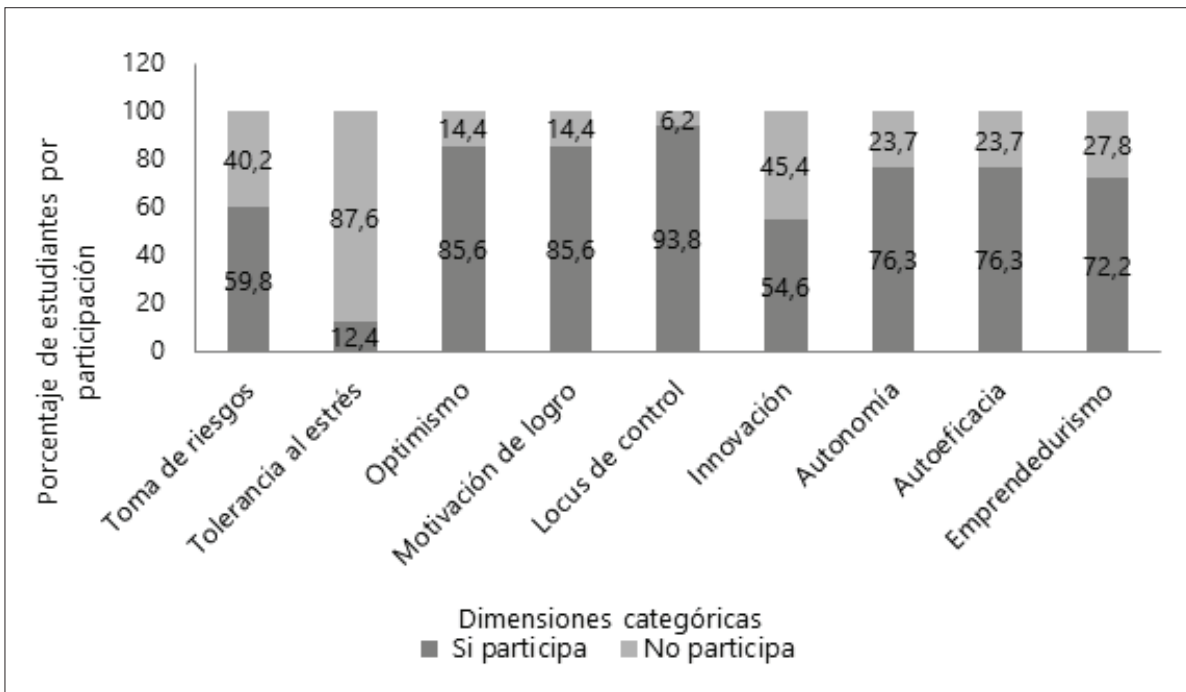


Fuente: Elaboración propia.

Mientras que en la Figura 9, anteriormente analizada, se concluyó que la presencia de un negocio dentro de la familia del estudiante no era garantía del desarrollo de la personalidad emprendedora en éste, la figura 10 nos demuestra que la participación activa del estudiante en la empresa familiar sí aporta a la personalidad orientada hacia el emprendimiento, situación que se observa en el resultado de la columna etiquetada como "emprendedurismo" en la que se puede ver que la tendencia al emprendimiento se manifiesta en un 72.2% de estudiantes que participan frente a un 27.8% de estudiantes

que no participan. De los ocho rasgos analizados en esta gráfica, siete están fuertemente influidos por la participación que el encuestado manifiesta tener en el negocio de la familia, solamente el rasgo de tolerancia al estrés no se ve condicionado por la situación antes descrita, ya que incluso aquellos alumnos que no han tomado parte del negocio familiar parecen ser los más tolerantes al estrés.

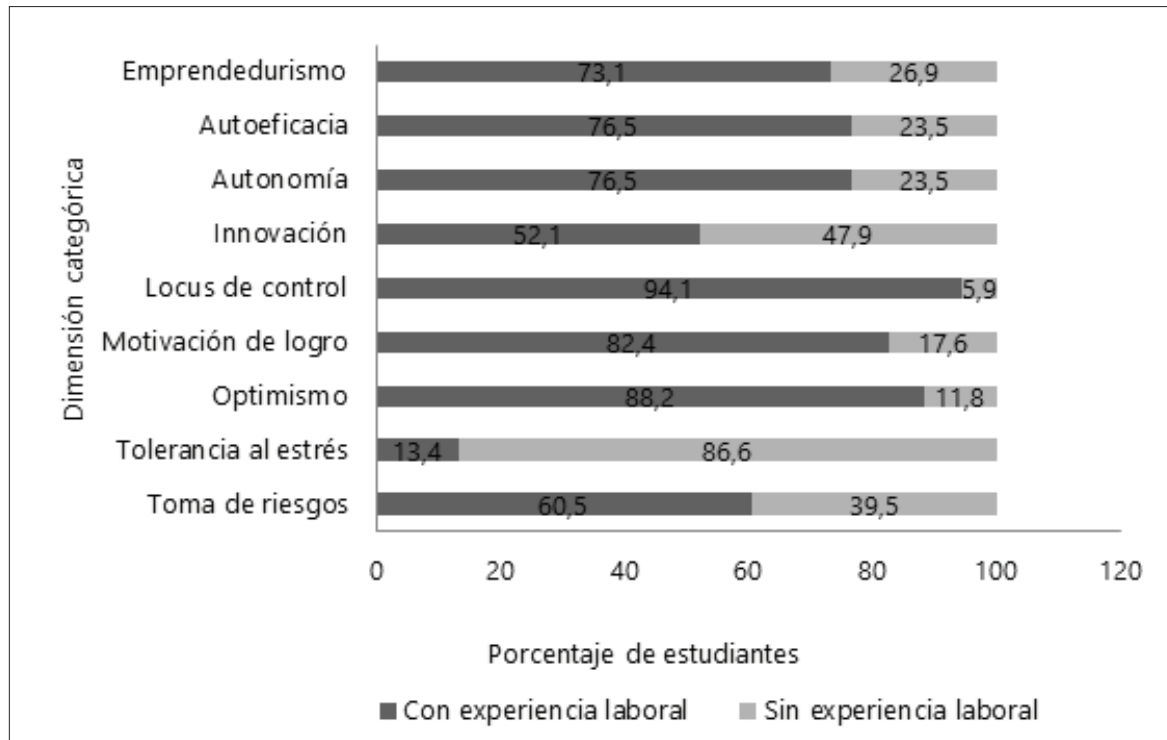
Figura 10. Porcentaje de estudiantes por participación Vs. Dimensión Categórica.



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la Figura 10 aquellos estudiantes que manifestaron tener experiencia laboral presentaron una mayor cantidad de rasgos de personalidad emprendedora, contrario a quienes dijeron no tener experiencia. En especial los rasgos de toma de riesgos, optimismo, motivación de logro, locus de control, autonomía y autoeficacia son los que obtuvieron los porcentajes más elevados; mientras que, por el lado de los alumnos que aseguraron no tener experiencia previa, el rasgo con mayor puntuación ha sido el de tolerancia al estrés.

Figura 11. Dimensión categórica vs. Experiencia laboral.



Fuente: Elaboración propia.

De igual forma que en la gráfica anterior, en la Figura 11 se observa que los estudiantes que cuentan con experiencia laboral han obtenido el mejor resultado en el Índice General de Emprendimiento, el cual nuevamente lo encontramos etiquetado como "emprendedurismo". La diferencia asciende a un 46.2% a favor de quienes en algún momento han trabajado (no se especifica si en negocio familiar o no).

Conclusiones

Como resultado de ésta investigación se han identificado algunos factores asociados que pueden llegar a influir determinadamente en los estudiantes e inciden directa o indirectamente para obtener la visión empresarial.

Uno de los más identificados es el apego mostrado hacia la institucionalidad, siendo ésta misma la que limita el espíritu innovador. Se observa además, la escasez de liderazgo que algunos profesores fomentan hacia el tema de emprendimiento. Una de las áreas de oportunidad que se ha podido detectar es que se tienen limitaciones de conocimiento respecto a temas de propiedad intelectual; esto, creemos, desmotiva la inventiva y el emprendedurismo de los estudiantes.

Haciendo conclusiones más puntuales y en referencia a las gráficas, por ejemplo, la gráfica que relaciona la maternidad o paternidad; bajo éste contexto, pensamos que obliga de forma moral a que los y las estudiantes desarrollen aspectos orientados a una personalidad emprendedora, puesto que sus dependientes económicos necesitan su apoyo monetario; éste tipo de estudiantes, busca generar ingresos. Con esto, concordamos con lo que argumenta Ernst & Young (2011) sobre el hecho de que la cualidad del ser emprendedor no es innata. Se piensa que sería interesante poder estudiar a fondo el contexto social y cultural de los estudiantes encuestados, sobre todo por la región en la que se ubica la CARHS, hacer un análisis comparativo y conocer si efectivamente la educación universitaria logra generar una diferencia en estos ámbitos. Esto se puede visualizar como una línea de trabajo a futuro. Por otro lado, un reto que se detectó es que a los estudiantes les falta capacidad y confianza en sí mismos para aplicar el conocimiento adquirido y esto puede convertirse en una limitante, la cual, al momento de emprender, ese "sentimiento" de incapacidad que muchas veces surge al finalizar la carrera y que, en algunos casos, permanece a través del tiempo; les obliga a mentalizarse como empleados en lugar de visualizarse como emprendedores. En la CARHS se están haciendo esfuerzos de la academia por impulsar el espíritu emprendedor hacia la comunidad estudiantil, los estudiantes de enfermería y contador público presentan la tendencia de tener más características de éste tipo, a diferencia de las carreras de Ingeniería, tanto Agroindustrial como Mecánica Eléctrica. Ese es nuestro reto y un área de oportunidad para incentivar al estudiantado.

Cómo académicos tenemos que pensar exponencialmente, ser emprendedores y liderar con el ejemplo, fortaleciendo nuestra inteligencia emocional y administrando nuestro tiempo, siendo éstas sólo algunas de las características que nos deben distinguir como académicos y emprendedores, tal vez, sólo así, cuando nuestros estudiantes vean una actitud emprendedora, ellos reconsideren que la educación universitaria es sólo un plus que conviene tener a modo de enfrentar ésta sociedad digitalizada del siglo XXI.

Bibliografía

- Celina y Campo, (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cron Bach. Revista Colombiana de Psiquiatría, XXXIV (4), 572-580.
- Chauca Malásquez, P. (2008). Papel de la universidad pública mexicana en el desarrollo local: La importancia de las actividades de investigación. Revista Pueblos y Fronteras Digital, (6), 1-32.
- Ernst & Young. (2011)¿Nace o se hace? Decodificar el ADN del emprendedor. México. Recuperado de [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Nace-o-se-hace-Decodificar-el-ADN-del-emprendedor/\\$FILE/EY-Nace-o-se-hace-decodificar-el-ADN-del-emprendedor.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-Nace-o-se-hace-Decodificar-el-ADN-del-emprendedor/$FILE/EY-Nace-o-se-hace-decodificar-el-ADN-del-emprendedor.pdf)

- Espinosa, V; Suárez, C.P; Castillo, X; Quezada, X. A. (2014). Desarrollo agroindustrial en la Huasteca Sur: una propuesta de elaboración de un alimento funcional a partir de fibra de Magnifera indica L. En Neri, et al. (2015). Prácticas exitosas en la implementación de políticas de innovación y competitividad local: "Redes de conocimiento y cooperación empresa-gobierno-universidades-centros de investigación". Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Colección Triple Hélice, Número 2. Editorial Plaza y Valdés. ISBN: 978-607-402-824-9.
- Estudios Económicos de la OCDE México. Visión General. (2017). Recuperado de <https://www.oecd.org/eco/surveys/mexico-2017-OECD-Estudios-economicos-de-la-ocde-vision-general.pdf>
- Fernández & De la Riva. (2014). Mentalidad emprendedora y cultura del emprendimiento. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (139), 137-143. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.044>
- Hernández & Arano. (2015). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/04CA201501.pdf>
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. Editorial McGraw Hill, México.
- Secretaría de Economía. Información económica y estatal del Estado de San Luis Potosí. Informe de Labores. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/43823/San_Luis_Potosi.pdf
- Neri, et al. (2015). Prácticas exitosas en la implementación de políticas de innovación y competitividad local: "Redes de conocimiento y cooperación empresa-gobierno-universidades-centros de investigación". Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Colección Triple Hélice, Número 2. Editorial Plaza y Valdés. ISBN: 978-607-402-824-9
- Pedrosa, I. (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un test adaptativo informatizado. Tesis de Doctorado. Universidad de Oviedo, España.
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía, Gestión y Desarrollo*. (1) 9-26 . Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Pereira6/publication/237648018_REFLEXION_SOBRE_ALGUNAS_CARACTERISTICAS_DEL_ESPIRITU/links/00b4952f3b3a9d3562000000/REFLEXION-SOBRE-ALGUNAS-CARACTERISTICAS-DEL-ESPIRITU.pdf
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. 1a ed. - Villa María. Eduvim. ISBN 978-987-1727-40-7 Recuperado de <http://galeon.com/analidia19/libro.pdf>.
- Ramírez, K., Portilla, O. M., Suárez, C.P., Ovando, M. & Espinosa, V. (2016) Tecnologías de transformación de frijol bajo un enfoque sustentable: Comunidad indígena, Xiliapa, SLP. En Bustos et al. (2017)

Tecnología y desarrollo sustentable: avances en el aprovechamiento de recursos agroindustriales. Consejo de Publicaciones UAT. Recuperado de <http://libros.uat.edu.mx/omp/index.php/editorialuat/catalog/book/267>

Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, credit, interest and the business cycle*. Traducido del alemán por R. Opie (2.a), Harvard University Press, Cambridge, MA (1926/1934)

Suárez, C.P., Arribas, E., Escobar, I., Gamboa, R., Arroyo, G & Vidales, S. (2016). The Multidisciplinary Application Seminar In Engineering As Stage For Development Of Higher Order Cognitive Skills, *INTED2016 Proceedings*, 2724-2732.

Suárez, C.P. (2016). *El Transporte Público y Las Zonas Turísticas En La Región Huasteca Sur Turismo, Sociedad y Cultura. Visiones Interdisciplinarias para el desarrollo*.

Suárez, C. P., Medina, C. M., Gamboa, R., Aguilera, G., & Pérez M. A. (2017a). Reflexiones sobre la inclusión de la perspectiva ambiental en el nivel superior. *Lat. Am. J. Sci. Educ.* 4, 22087 (2017).

Suárez, C.P., Gamboa, R., Martínez, E & Ramírez, R. (2017b) *Tamazunchale, lugar de tradición, paisajes exóticos, esperanza y espacio de oportunidad para el desarrollo científico*. Libro.

UASLP (2016) *Modelo Educativo*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Recuperado de www.uaslp.mx/Secretaria-Academica/.../ME/UASLP-ModeloEducativo2017VF.PDF

Hacia una formación emprendedora: el caso de la Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, México

Martha Angélica De la Rosa Hernández , José Ascención Moreno Montalvo,
Urszula Żuławska, Martha Alicia Alonso Castañón

Resumen

El emprendimiento es una herramienta estratégica con valor social, que se puede desarrollar desde las Universidades, en tal sentido la presente investigación tiene como propósito identificar los rasgos de personalidad emprendedora de los alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión (LAG), de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, México. Los resultados permitirán identificar las fortalezas y áreas de oportunidad para fortalecer el programa de estudio de la carrera y cumplir con la visión del programa educativo de formar profesionistas orientados a la gestión de empresas y emprendimiento de modelos de negocio exitosos.

Palabras clave: Emprendimiento, emprendedores, competencias.

Abstract

Entrepreneurship is a strategic tool with social value, which can be developed from the Universities, in this sense the present research has the purpose of identifying the entrepreneurial personality traits of the students of the Bachelor of Administration and Management (LAG), of the Polytechnic University of San Luis Potosí, Mexico. The results will identify the strengths and areas of opportunity to update the program of study of the career and meet the vision of the educational program to train professionals oriented to business management and entrepreneurship of successful business models.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurs, competences.

Introducción

La Universidad Politécnica de San Luis Potosí, es una institución educativa localizada en el centro del país, en la ciudad de San Luis Potosí, en el estado del mismo nombre, como Institución Pública tiene la responsabilidad de apoyar al desarrollo económico del estado.

El propósito de esta investigación es identificar los rasgos de personalidad emprendedora de los alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión, así como conocer en qué nivel está contribuyendo el Plan de estudios a la adquisición y

fortalecimiento de competencias emprendedoras en los estudiantes, con la finalidad de potencializar estas características y fomentar el proceso innovador en los alumnos, formando egresados orientados a la generación de empresas o modelos de negocio exitosos.

Por lo tanto, es importante identificar los conocimientos, las habilidades, las actitudes y las características que poseen los emprendedores y así mejorar nuestra comprensión del empresario, para determinar cuáles son los impulsores de los emprendedores exitosos. Como lo evidencian las diferentes teorías del emprendimiento, existe una gama muy extensa de investigaciones sobre los factores que determinan el éxito de los emprendedores, y en este parte, la investigación delimita los factores en estudiantes de la Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí.

Antecedentes

Desde hace tiempo se ha hablado de la palabra emprendedor, y de los conocimientos, las cualidades, las habilidades y las aptitudes que estos poseen. Aunque el concepto es relativamente nuevo, la teoría nos marca que sus comienzos se remontan más allá de cinco siglos.

El origen de la palabra emprendedor se deriva de la expresión entrepreneur, que aparece originalmente en la lengua francesa, a principios del siglo XVI, para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares (Tarapuez y Botero, 2007).

Para Jaques Turgot y Barón de Laune (citado por Morales, Bustamante, Vargas, Pérez y Sereno, 2015) la palabra emprendedor fue un concepto que no tenía afinidad, consideraron al emprendedor como un individuo tomador de riesgos, un hombre inteligente y trabajador, superior e innovador. Otros consideraban que los riesgos tomados son sorteados por los mismos emprendedores (Morales et al., 2015).

La definición del concepto aún no estaba totalmente clara, sino hasta los preclásicos, quienes introdujeron el término emprendedor. Richard Cantillon (citado por Morales et al., 2015), en el siglo XVIII, utilizó el concepto entrepreneur y lo definió como un personaje tomador de riesgos que se encuentra en constante incertidumbre cuyas ganancias son irregulares, comparadas con las demás personas.

Así, con lo anterior, surgieron los primeros estudios sobre el emprendedor, que históricamente se pueden situar a finales del siglo XIX y principios del XX (Tarapuez y Botero, 2007).

A mediados del siglo XIX, Mangoldt ofreció una teoría de la ganancia del emprendedor, para él, "el emprendimiento y la innovación son aprobados como un factor importante de la empresa", por lo cual asocia al emprendedor con una persona que innova constantemente (Rodríguez y Jiménez, 2005, citados por Tarapuez y Botero, 2007).

De este modo comenzaron a surgir diferentes investigaciones, en las cuales se estudiaba la figura del emprendedor y se generaron definiciones más acordes al concepto y el rol de estas personas.

A Schumpeter (1976, citado por Tarapuez y Botero, 2007) se le atribuye el concepto moderno de lo que actualmente se conoce como emprendedor. Él ubica al emprendedor en el centro del escenario y desde allí le brinda un papel trascendental en el desarrollo económico. Hace aparecer la figura del empresario, cuya función es realizar nuevas combinaciones de factores de producción, que podrían ir desde la creación de nuevos productos, métodos de producción y empresas, hasta la conquista de nuevos mercados y fuentes de materias primas.

Otros como Knight (citado por (Tarapuez y Botero, 2007), comenzaron a mostrar los rasgos del emprendedor en forma difusa y le asignaron características como las siguientes:

- Capacidad para asumir riesgos e incertidumbre
- Tenacidad, energía indomable, gran optimismo y mucha fe y confianza en sí mismo.
- Creatividad e imaginación.
- Logro de beneficios efectivos.
- Ser un agente de cambio e innovación.
- Consideran el dinero como su mayor motivación.
- Tienen conocimiento del sector en el que van a crear una empresa.

Hablar de emprendedores es hablar de muchas teorías y conceptos, los cuales se han ido formando a través del tiempo y de múltiples investigaciones. Según Santander (2010), muchos autores coinciden en que antes de existir la actual figura del emprendedor o gerente de la era entrepreneur, existía el empresario tradicional, cuyas características más importantes son: el deseo de lograr objetivos; la autoconfianza; la perseverancia y la dedicación; la energía y diligencia en sus actividades; su capacidad de asumir riesgos calculados; su capacidad organizativa; la iniciativa y el optimismo.

Del mismo modo, la historia nos ha demostrado que los emprendedores son agentes que promueven la actividad económica y favorecen ambientes de competencia por medio de la creación de empresas o negocios (Morales et al., 2015) Así, se puede decir que el concepto actual de emprendedor incorpora rasgos como son: la integridad; la formación y la capacidad de gestión; el espíritu innovador y la creatividad; la orientación al mercado y las oportunidades; la visión global de la empresa y la tolerancia a la ambigüedad (Egaña y Escobar, 1997, citados por Santander, 2010).

Según Lozano y Cayetano, 2011, en México y en el mundo, la figura del emprendedor ha ido tomando una posición mítica en los últimos años, que lo ubica a la par de un héroe que lucha contra las fuerzas del mercado para iniciar su aventura de negocio, instalando

una empresa. Esta posición hace aún más relevante el estudio de las características de la personalidad de estos personajes.

Autores como Santander (2010), afirman que los emprendedores “se hacen” y bajo este paradigma, el rol de la educación es de vital importancia, por lo anterior es necesario conocer e identificar las características y el comportamiento emprendedor, para poder potencializar las mismas en los estudiantes de la universidad.

Problema de investigación

La Universidad Politécnica de San Luis Potosí es una institución pública con 16 años de trabajo, cuenta con 895 estudiantes de la carrera de Administración y Gestión (Semestre de Otoño 2017), algunos de ellos ya con actividades de emprendedores.

Esta investigación tiene el propósito de identificar las habilidades y las características de la personalidad emprendedora, y retomando las premisas de autores como Santander (2010), que afirman que los emprendedores “se hacen”, se busca fomentar las habilidades y las características emprendedoras en los estudiantes de la Licenciatura de Administración y Gestión, de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí.

El objetivo es incrementar el espíritu emprendedor, pues como lo han mostrado los teóricos, los emprendedores son agentes que promueven la actividad económica y favorecen ambientes de competencia, por medio de la creación de empresas o negocios (Morales et al., 2015). Lo que refleja múltiples beneficios en la sociedad, como nuevas fuentes de empleo y bienestar para la economía local y nacional.

Por lo anterior, el presente trabajo de investigación busca de forma exploratoria, generar conocimiento empírico sobre las características de emprendimiento de los alumnos en la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, y así poder potencializar estas características en los estudiantes.

Delimitación

La investigación se enfoca a estudiantes activos de primero y séptimo semestre, de la Licenciatura en Administración Gestión, de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, para identificar los rasgos de personalidad emprendedora.

Justificación

Los emprendedores son agentes que promueven la actividad económica y favorecen ambientes de competencia, por medio de la creación de empresas o negocios (Morales et al., 2015). Lo que se refleja en la sociedad como nuevas fuentes de empleo y como un bienestar para la economía local y nacional.

Autores como Timmons (1998, citado por Cervilla y Puente, 2010), han insistido en que los emprendedores no nacen, sino que se hacen y que, independientemente de su formación, un individuo puede adquirir en cualquier etapa de su vida la motivación para ser emprendedor.

Otros como Santander (2010), igualmente afirman que los emprendedores “se hacen” y bajo este paradigma, el rol de la educación es de vital importancia, por lo anterior es necesario conocer e identificar las características y comportamiento del emprendedor.

Por su parte Schumpeter (1934, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016), establece que las características personales del emprendedor pueden ser adquiridas y, en definitiva, acepta el carácter subjetivo e individual del espíritu emprendedor. Partiendo de lo anterior, se muestra la necesidad y la posibilidad de desarrollar personas con estas características en nuestro entorno actual, emprendedores que apoyen a la economía y a la sociedad generando fuentes de empleo y detonando la actividad económica del estado.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son los rasgos de la personalidad emprendedora y qué tanto los alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión, de la UPSLP, los tienen?
2. ¿Cuáles son los factores de la personalidad que afectan de manera positiva el desarrollo del emprendedor?

Objetivos de investigación

1. Identificar las características de la personalidad emprendedora de alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión de la UPSLP.
2. Identificar y analizar los factores de la personalidad que afectan de manera positiva el desarrollo del emprendedor.

Marco teórico

El espíritu empresarial es un elemento muy importante en el desarrollo económico, documentado en diferentes países por su importante contribución (Khaire & Sharma, 2012, citados por Babu y Kasilingam, 2015). La conducta emprendedora está influenciada por múltiples factores, entre los que destacan: los aspectos económicos, los sociales y los personales (Chell, 2008; Rauch y Frese, 2007^a, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). En función de estos resultados parece razonable pensar que la conducta emprendedora es multidimensional. Por tanto, desarrollar modelos y explicaciones integrales que reflejen de forma realista el espíritu emprendedor requiere tener en cuenta diferentes dimensiones de forma conjunta (Álvarez y Pedrosa, 2016).

El emprendedor tiene la capacidad de asumir riesgos, es visionario y tiene habilidades tangibles e intangibles, como son los de la producción, la inversión, el empleo y habilidades relacionadas con la tecnología y los avances científicos (Babu y Kasilingam, 2015). Así, en la actualidad, el emprendedor es una figura especialmente relevante para la economía de cualquier país, ya que supone una importante fuente de innovación, empleo, productividad y crecimiento (van Praag y Versloot, 2007; van Stel, Carree y Thurik, 2005, citados por Pedrosa, 2015).

Hoy en día, gobiernos, organizaciones, empresas, universidades e individuos unen esfuerzos para intentar entender el proceso del espíritu emprendedor, ya que su fomento es fundamental para el desarrollo de economías de mercado (OCDE/ The European Commission, 2013, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016).

El estudio de todo lo relativo a la actividad emprendedora ha crecido exponencialmente en los últimos años, consolidándose como un campo de investigación multidisciplinar (Rauch y Frese, 2007a; Sánchez, 2011, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). Partiendo de esta premisa, a continuación, se revisará el contexto y la importancia del emprendimiento y su fomento en la educación superior.

El emprendimiento y la educación superior

Según Jacques (2003), todavía no se ha llegado a establecer un perfil científico que permita identificar claramente a un emprendedor potencial. Conocemos, entretanto, suficientes características para permitir a aquellos que quieran convertirse en emprendedores, ubicarse en este contexto desarrollando las características identificadas.

La educación se considera una variable fundamental para el desarrollo del emprendedor. Existen países en donde se estimula la educación, a la par que el emprendimiento, y otros, en donde se oferta una educación que inculca a las personas una mentalidad de empleado dependiente. Estas personas terminan los estudios con la expectativa de que alguien los contratará, muchos de ellos aún están a la espera de un empleador (Leite, Correia y Sánchez, 2015). Así, hoy en día, el principal insumo para el crecimiento económico en los próximos años será el conocimiento, conocimiento especializado y de alto nivel (Leite, 1999, citado por Leite et al., 2015). Autores como Unger, Rauch, Frese y Rosenbusch, (2011, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016) destacan que la posibilidad de una formación centrada en cómo emprender convierte a la adolescencia en una etapa especialmente interesante.

En este contexto, las universidades adquieren una importancia vital. Por lo tanto, los países que se muestran capaces de mantener las mejores universidades tendrán garantizado un lugar prominentemente en el competitivo mundo globalizado (Leite et al., 2015). Además de las prácticas de enseñanza, las universidades contribuyen de forma notable en el desarrollo de actitudes emprendedoras (Saraiva y Paiva 2014, citados por

Leite et al., 2015).

Retomando la idea de Timmons (1998, citado por Cervilla y Puente, 2010), en la que ha insistido en que los emprendedores no nacen, sino que se hacen y que, independientemente de su formación, un individuo puede adquirir en cualquier etapa de su vida la motivación para ser emprendedor; por lo anterior, se hace necesario crear empresas, pues ellas son el fruto de los conocimientos acumulados y de experiencia durante el periodo de su formación universitaria, especialmente cuando es una microempresa, muchas veces esta es la materialización de una visión (Leite et al., 2015).

Así, el entorno académico debe ser entonces el impulsor de potenciales emprendedores, proporcionándoles aquellas herramientas que les faciliten su futura conducta emprendedora (Pedrosa, 2015). Muchas de estas capacidades o herramientas se adquieren con la práctica y las clases facilitan su mejor aprovechamiento (Leite et al., 2015). En este sentido, destaca la relación positiva que los programas presentan con el espíritu emprendedor, siempre que se desarrollen mediante metodologías activas, independientemente de las características contextuales en que la persona se encuentre inmersa (Walter y Dohse, 2012, citados por Pedrosa, 2015).

Queda constatado el efecto positivo que los programas educativos, relacionados con la actitud emprendedora, ejercen sobre los jóvenes en cuanto al desarrollo de habilidades, capacidades y conocimientos requeridos para emprender, independientemente de que éste se materialice posteriormente en una conducta emprendedora (Pedrosa, 2015).

Las universidades no se pueden limitar tan sólo a dar conocimientos y enviar a sus egresados al mercado laboral, tiene que incluir el factor del emprendimiento en la formación, de modo que sus alumnos sean capaces de crear su propio puesto de trabajo al finalizar su formación (Leite et al., 2015). El emprendimiento debe ser implementado en la formación, desde la primera etapa de la educación de todos los individuos.

La importancia de ser emprendedor

La creación de empresas ha sido una opción para tener empleo. Sin embargo, existen empresas creadas por una oportunidad y otras creadas por necesidad. Estas últimas se generan por desempleo, subempleo o poco empleo; por esta razón, el empleo por cuenta propia se ha vuelto la opción de trabajo, no con miras de estrategia o de realización personal, sino como alternativa de subsistencia (Morales et al., 2015).

Khanka (2009, citado por Babu y Kasilingam, 2015) observó que los empresarios estaban motivados principalmente por la necesidad de sostenibilidad económica, crecimiento personal, independencia y reconocimiento y no por la comunidad.

Según el informe Entrepreneurship at a Glance (OCDE, 2014, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016), la necesidad fue un importante motor en las economías emergentes, lo

que parcialmente refleja la crisis económica. De hecho, en el año 2013, el 29,8% de los emprendedores españoles que inició una empresa declaró hacerlo tras considerar que constituía su única opción profesional (GEM, 2015, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016).

En el mismo contexto Morales et al. (2015), indica que los principales factores que motivan la actividad emprendedora se dan por dos situaciones: oportunidad y necesidad. Los emprendedores que identifican una oportunidad son motivados por dos razones: incrementar sus ingresos y por una mayor independencia. Los que surgen por necesidad, sus principales motivaciones son: no tener empleo y para mantener sus ingresos (Morales et al., 2015).

En muchos casos según Leite et al (2015), la familia de emprendedores genera más emprendedores, si el padre o madre es emprendedor, existen altas probabilidades de que el hijo también lo sea. El emprendedor puede tener la posibilidad de conocer personas que provengan de familias emprendedoras y así observar e incorporar cualidades y valores relacionados al emprendimiento. Vinculado al factor anterior está la variable cultural.

Dentro de la misma línea de investigación Álvarez y Pedrosa (2016), afirman que los antecedentes familiares y la educación son dos de los aspectos clave en el desarrollo del espíritu emprendedor. Desarrollarse en un entorno emprendedor ejerce una influencia positiva y facilitadora de la conducta emprendedora (Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley, 2012, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016).

En el caso particular de las mujeres emprendedoras, la situación cambia, ya que los principales motivos para convertirse en empresarias, según Li et al., (2008, citado por Blasco, Brusca, Esteban y Labrador, 2016) son relacionados a la discriminación por género. Se indica que las mujeres tienden a crear empresas empujadas por motivos asociados con problemas personales o con la frustración en el trabajo. Por aspectos derivados de un menor reconocimiento salarial, frente a los hombres, es decir, por motivos de tener la oportunidad de trabajar independientemente, ganar más dinero y/o tener mayor control sobre su propio trabajo.

Otra línea de investigación apunta a la idea de que la flexibilidad para conciliar la vida profesional y personal es uno de los factores que influye en que las mujeres se conviertan en empresarias (Li et al., 2008; Gurley-Calvez, Biehl & Harper, 2009, citados por Blasco et al, 2016).

Encontramos, también, estudios en los que se señala que las mujeres siguen la tradición familiar, asumiendo la dirección de la empresa de la familia o creando empresas en otro sector, en el que la familia tenga relaciones (Blasco et al., 2016).

Ya sean hombres o mujeres, es importante identificar los tipos de emprendedores que existen, Fernández y Vidal (2006) nos dan una idea clara de los tipos existentes, los

cuales a continuación se enlistan:

- Independiente: Está iniciando un negocio por su cuenta.
- Corporativo: Está iniciando un negocio para la compañía en la que trabaja.
- Propietario: Es dueño de un negocio que ya está operando.
- Financista: Financia la creación de un negocio.
- Soñador: Está pensando en crear próximamente un negocio.
- Fracasado: Cerró, discontinuó o abandonó un negocio.

En las últimas décadas surgen diferentes aproximaciones, desde una perspectiva sociológica, que intentan aportar una visión más completa de los aspectos involucrados en el proceso del espíritu emprendedor (Chell, 2008, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). De este modo, se ha llevado a cabo una extensa investigación para determinar qué es lo que conduce al emprendimiento exitoso y las características del emprendedor exitoso (Blanchflower y Oswald, 1998; Evans y Leighton, 1989, citados por Fried y Tauer, 2015).

Por lo anterior, se puede decir que los emprendedores son muy importantes hoy en día, ya que como lo afirma Morales, et al., (2015), son agentes que promueven la actividad económica y favorecen ambientes de competencia por medio de la creación de empresas o negocios en la sociedad.

Concepto de Emprendedor

La palabra emprendedor, según Tarapuez y Botero (2007), se deriva de la palabra entrepreneur, que aparece originalmente en la lengua francesa, a principios del siglo XVI, para designar a los hombres relacionados con las expediciones militares. A principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a otros aventureros, como los constructores de puentes, los contratistas de rutas y caminos y los arquitectos. En su origen, la palabra entrepreneur estaba asociada con una acción que implica, entre otras cosas, aventura, incertidumbre y riesgo (Tarapuez, Botero, 2007).

Pedrosa (2015) indica que, dentro de la literatura científica, este concepto surge por primera vez en el campo de la economía. Cantillon (1756, citado por Pedrosa, 2015) expone que, cómo el resultado de toda actividad que se inicia es principalmente incierto e implica afrontar un riesgo, el cual debe ser asumido por alguien con la esperanza de obtener una recompensa en el futuro, esta persona es definida por Cantillon como entrepreneur (Pedrosa, 2015). Para definir el concepto moderno de emprendedor, es necesario definir lo que es la capacidad emprendedora, también conocida como espíritu empresarial, el cual ha concentrado, durante décadas, variadas definiciones y es adecuado señalar dos:

La primera: Varela 1991 (citado por Santander, 2010) indica que, es el sueño de reto, desarrollo e independencia que está inmerso en el fondo de todos los seres humanos, es un proceso histórico en permanente desarrollo y formación, es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide

asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora.

La segunda: Anzola 1994 (citado por Santander, 2010) afirma que, es un estado del ser humano, es una constante búsqueda por la excelencia en el logro de la más grande de las satisfacciones humanas, la felicidad.

La tercera: Shane y Venkataraman (2000, citados por Pedrosa, 2015) lo define como un proceso que implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades que permitan introducir nuevos productos, servicios, procesos, formas de organización o mercados en la sociedad.

De estas definiciones es rescatable el siguiente punto importante: capacidad emprendedora como rol básico en el desarrollo humano, (Santander, 2010).

Por lo anterior, es necesario tener en cuenta el hecho de que cada investigador propone su definición de emprendedor, la cual varía de uno a otro, dependiendo del contexto y del tiempo. Es emprendedor toda aquella persona que crea una empresa, mientras que, para otros, los emprendedores son aquellos que han creado empresas que han tenido un fuerte crecimiento. Para otros más, de la escuela schumpeteriana, es un emprendedor toda aquella persona que aporta innovaciones (Jacques, 2003).

Para Gerber (1996, citado por Lozano y Cayetano, 2011), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados, tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades, caos en armonía.

De acuerdo con Lezana y Tonelli (1998, citados por Lozano y Cayetano, 2011) Los emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Son definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos, para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.

Según Jacques (2003), un emprendedor es una persona imaginativa, caracterizada por una capacidad para fijar y alcanzar metas. Estas personas mantienen un nivel elevado de sensibilidad para descubrir oportunidades de negocio. En tanto continúe aprendiendo con respecto a oportunidades de negocios posibles y que continúe tomando decisiones moderadamente riesgosas que pretenda innovar, seguirá desempeñando un rol emprendedor.

“Un emprendedor es una persona que imagina y desarrolla y realiza visiones” (Jacques, 2003).

Rodríguez (2006), destaca a los emprendedores como personas que les gusta asumir riesgos, valoran la independencia y son generosos. Su atributo más débil es la

capacidad para organizar y planificar.

Otros como Vainrub (2004, citado por Rodríguez, 2006), afirma que los emprendedores no tienen todas las virtudes que se les atribuyen, por eso mismo, deben crear equipos de personas con diversas capacidades y aptitudes que los apoyen.

De este modo se resalta nuevamente la necesidad de conocer cuáles son las características de los emprendedores y habilidades de los emprendedores y la necesidad de complementar aquellas en las cuales no sean suficientemente competentes, con un buen equipo de trabajo. De lo anterior, parte la importancia de esta investigación.

La innovación y creatividad como características del emprendedor. El desarrollo de nuevas ideas

Iniciativa empresarial e innovación son dos conceptos que con frecuencia se asocian al pensar en una nueva iniciativa dirigida a aprovechar oportunidades en el mercado (Auletta y Puente, 2010). Sin embargo, la relación entre ser emprendedor y ser innovador no resulta tan clara ni inmediata.

La innovación es significativamente afectada por la experiencia empresarial y una tendencia positiva de la innovación puede ayudar a la persona a convertirse en un empresario (Plotnikova, Romero y Martínez, 2016, citados por Belás y Ključniko, 2016). Por otro lado, para Koontz (2004), la creatividad se refiere a la capacidad de desarrollar nuevas ideas, la innovación significa utilizar estas nuevas ideas.

Schumpeter (citado por Auletta y Puente, 2010), definió la innovación como un proceso de destrucción creativa, también la consideraba como la razón de "ser" central del emprendedor, reconocido como agente de cambio en el sistema económico.

En su artículo "La disciplina de la innovación" Peter Drucker (2002, citado por Auletta y Puente, 2010), asoció, por primera vez, los conceptos de innovación e iniciativa empresarial en una disciplina sistemática, en la que innovar es una función de la iniciativa dirigida a generar riqueza, mediante la utilización adecuada de recursos. Para Drucker, innovación, lejos de parecerse a la inspiración, es el resultado del trabajo duro, que no se centra en un "cierto tipo de personalidad", sino en el "compromiso en la práctica de la innovación".

En este sentido, Drucker (2002, citado por Auletta y Puente, 2010), plantea que existen siete posibles fuentes de innovación para un emprendedor:

1. *Acontecimientos inesperados*: Acontecimientos fortuitos o incluso errores gerenciales que generan hallazgos que pueden ser desestimados por las industrias y hasta ser motivo de burla por parte de los competidores.
2. *Las incongruencias*: Diferencias entre las expectativas y los resultados que no parecen tener justificación, pero que requieren una revisión profunda de sus

causas y posibles soluciones.

3. *Las necesidades de procesos*: Exigencias de los procesos productivos, o de entrega al mercado, en busca de mayor eficiencia en costo o eficiencia en la consecución de las metas del negocio.
4. *Los cambios de los mercados y las industrias*: Modificaciones profundas o mejoras de la organización, en el mercado o en la industria determinada.
5. *Los cambios demográficos*: Alteraciones de las características y los hábitos de la población, que afectan la realidad de los mercados, las necesidades y los procesos de decisión de compra.
6. *Los cambios de la percepción pública*: Cambio que no impactan la realidad de los productos y procesos, sino la forma en que el mercado los percibe.
7. *El nuevo conocimiento*: Conocimiento científico, tecnológico o social que en el tiempo introduce cambios relevantes para los procesos de negocios.

De acuerdo con Auletta y Puente (2010), hoy en día, en las empresas, el foco de la innovación se traslada de los laboratorios especializados al ámbito personal, al estimular el desarrollo de aquellas características que fomentan la creatividad y la generación de nuevas ideas. Por lo anterior la presente investigación es de suma importancia, para entender y conocer las características y fuentes de innovación de las personas estudiadas ya que como se ha comentado la innovación está en las personas y puede ser una característica que facilite la adquisición de competencias de emprendimiento.

Características del emprendedor

Se ha llevado a cabo una extensa investigación para determinar qué es lo que conduce al emprendimiento exitoso y las características del emprendedor exitoso (Blanchflower y Oswald, 1998; Evans y Leighton, 1989, citados por Fried y Tauer, 2015).

Así, Sánchez (2011b); Gorman, Hanlon y King (1997), marcan la importancia no sólo de desarrollar diferentes habilidades y conocimientos necesarios para el éxito empresarial, sino también la necesidad de contar con rasgos de personalidad y actitudes adecuadas para lograr este objetivo.

Por lo anterior, y a pesar del sin número de investigaciones sobre el tema de emprendimiento, no existe un grupo de características que marquen la pauta del perfil del emprendedor, pero de una o de otra forma existen investigaciones, las cuales destacan las características que se presentan con mayor frecuencia en estas personas.

La creación de nuevas empresas depende, en última instancia, de las acciones llevadas a cabo por los emprendedores. Las características personales del individuo decisor influyen sobre sus acciones. Por tanto, analizar las características distintivas de los emprendedores se convierte en un punto crucial para entender el proceso emprendedor

en su conjunto (Contín, Larraza y Mas, 2007).

De acuerdo con Giannantonio y Hurley (2016), la primera pregunta que se debe abordar es; "¿Hay un carácter emprendedor?", cómo es un empresario típico. En su investigación se identificaron tres variables para identificar el perfil y las características del emprendedor, estas variables son: Demografía, antecedentes familiares y experiencias laborales y no laborales.

- *Variables demográficas:* Hay muchos ejemplos de empresarios de alta tecnología que comenzaron sus empresas en una edad adulta. Algunos investigadores han cuestionado si las edades específicas deben estar vinculadas a las etapas de carrera. Tradicionalmente, la investigación concluye que es más probable que los hombres inicien nuevas empresas más que las mujeres (Reynolds y Miller, 1989, Giannantonio y Hurley, 2016). Estas variables demográficas incluyeron la edad, el género y el orden de nacimiento.
- *Antecedentes familiares:* Han habido algunas investigaciones sobre la influencia de tener padres emprendedores en las trayectorias de carrera de los empresarios. Tener un modelo de conducta que sea un empresario puede llevar al niño a internalizar el emprendimiento (Eccles, 1993; Aldrich & Kim, 2007; Uusitalo, 2001, citados por Giannantonio y Hurley, 2016). Los niños pueden aprender una gran cantidad de información sobre cómo iniciar y dirigir su propio negocio de tener un padre que sea un empresario (Hundley, 2006; Lentz y Laband, 1989, citados por Giannantonio y Hurley, 2016). Las variables familiares de fondo incluían tener padres que eran empresarios, o un padre ausente y una madre que no apoyaba.
- *Antecedentes laborales y no laborales:* La experiencia en la industria de un empresario puede influir en su éxito. No es inesperado que se haya comprobado que tener una experiencia de trabajo anterior, en la industria en la que una persona inició su empresa, tuvo un efecto positivo en el éxito de la misma (Cressy, 1996; Bruderl et al., 1992; Cooper et al., 1994, citados por Giannantonio y Hurley, 2016). También se ha descubierto que, cuando los emprendedores seriales crean su próxima empresa en la misma industria, que su anterior puesta en marcha, aumenta su probabilidad de éxito (Gimeno et al., 1997; Plehn-Dujowich, 2009; Eggers y Song, 2015, citados por Giannantonio y Hurley, 2016). Así, las variables de la vida laboral y no laboral incluyeron educación, edad al primer empleo, experiencia específica en la industria, éxitos y fracasos tempranos, experiencia gerencial y otras notables experiencias laborales y no laborales.

Lo anterior coincide con lo dicho por (Ayogyam, 2012, Giannantonio y Hurley, 2016), quienes indica que, para los emprendedores con padres emprendedores, el éxito de los emprendimientos de sus padres estaba positivamente relacionado con el hecho de que ellos se convirtieran en emprendedores.

Otros como Contín, et al., (2007). Encuestas realizadas permiten conocer como los

aspectos sociodemográficos (sexo, edad, educación, etc.) afectan el desarrollo de los emprendedores. Y de igual forma, como el estatus profesional (empleado por cuenta ajena, emprendedor, etc.) influye en el mismo. Contín, et al., (2007) presentó una investigación en la cual entrevistó a individuos emprendedores y utilizó las siguientes variables:

1. Sexo. Si el emprendedor es un hombre o una mujer.
2. Edad. Esta variable recoge la edad del encuestado en años.
3. Capital humano. Esta variable se aproxima mediante el nivel educativo del individuo.
4. Miedo al fracaso. Busca la afirmación de que el miedo al fracaso le frenaría a la hora de crear una empresa o no. Se considera que esta variable mide adecuadamente el grado de aversión al riesgo, al menos en lo referente a la decisión de emprender un negocio.
5. Capital social. El capital social englobaría a la red de contactos sociales, que favorecen tanto el descubrimiento de oportunidades de negocio como la decisión de explotarlas. Un elemento importante en dicha red es la presencia en ellas de empresarios emprendedores, los cuales aportan modelos de conducta que el individuo puede seguir.
6. Ocupado. Si la persona está ocupada, es decir, empleado por cuenta ajena o empleado por cuenta propia (auto empleado).

De lo anterior se puede mostrar la importancia de la característica de "miedo al fracaso", como lo marca Contín, et al., (2007), tradicionalmente se ha sostenido que los emprendedores son propensos al riesgo; investigaciones más actuales señalan que los emprendedores no tienen por qué ser más propensos al riesgo que el resto de la población, sino que podría ocurrir que tiendan a subestimar los riesgos asociados a la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales.

Otra de las características que se destacan es el "capital social", el cual engloba la red de contactos que favorecen las oportunidades de negocio. En este contexto Contín, et al., (2007), menciona que dentro de la red de contactos un elemento importante en dicha red es la presencia en ellas de empresarios emprendedores, los cuales aportan modelos de conducta que el individuo puede seguir. Leite, et al. (2015), hace mención de que muchos emprendedores consiguen recursos de familiares o de amigos, con ello reflejamos nuevamente la importancia de las interrelaciones o red de contactos.

En la característica de edad, y de acuerdo con Kautonen, Down y Minniti (2014, citados por Belás y Ključniko, 2016), las personas están interesadas en tener su propio negocio, especialmente antes de tener 40 años de edad.

Otras investigaciones indican, como la de Santín (2012), que cada característica que define el perfil del emprendedor complementa a la otra y hace más fuerte la relación entre la capacidad de estrategia, la energía emocional para concretar un

negocio y poder contagiar de la entrega a otros miembros de la empresa. Por ello, es importante comprender cómo funciona cada característica que representa el espíritu de los emprendedores. A continuación, se enlistan las características más relevantes en el perfil del emprendedor, señaladas por Santín (2012):

1. Disposición a tomar riesgos. Responsabilizarte por tu futuro económico impacta tu forma de vida e implica arriesgarte. Comenzar desde cero significa inestabilidad de ingresos antes de arrancar y la pérdida de prestaciones. Los emprendedores se caracterizan por su valentía y decisión.
2. Creatividad: La creación del concepto de una empresa no tiene que ser completamente innovadora, pero la capacidad de imaginar lo que todavía no es patente es una habilidad altamente valorada. Pero cuidado, todo creativo debe seguir una estructura para "no perder la brújula".
3. Liderazgo: Como directivo, el emprendedor debe aprender a dirigir un equipo, tener iniciativa y tomar decisiones. También delega funciones y busca nuevas oportunidades.
4. Determinación: Los emprendedores requieren una gran capacidad de trabajo durante la primera etapa, ya que es una labor muy demandante. La determinación y la constancia que se requieren son la fuerza que afianza los elementos del ADN emprendedor.
5. Pasión: Las personas que inician o se unen a nuevas empresas lo hacen porque realmente disfrutan la labor que desempeñan. La pasión es el motor para alcanzar las metas que se trazaron desde el principio.
6. Confianza: Uno de los atributos indiscutibles que todo emprendedor debería tener o cultivar. También es importante en términos financieros y confiar totalmente en el proyecto. Asimismo, significa estar convencido del concepto y transmitir el entusiasmo a los miembros de la organización.
7. Trabajo en equipo: Los emprendedores entienden que su trabajo consiste en funcionar como grupo. Aceptan la responsabilidad que conlleva ser líder, sin embargo, el equipo se lleva el crédito.
8. Visión: Tener una perspectiva a largo plazo, analizar propiciamente las necesidades del mercado y concebir un proyecto sustentable a futuro.
9. Hacer que las cosas sucedan: Al final todo se resume en los resultados alcanzados. Hay que entender cuál es la mejor combinación de las características en cada momento de la empresa.

Autores como Cervilla y Puente (2010), enlistan una serie de atributos personales o características más comunes en las personas que han logrado iniciar con éxito nuevos negocios, y los cuales pueden resumirse en lo que se conoce como el "perfil del emprendedor". Cervilla y Puente (2010), mencionan que los rasgos más resaltantes de los emprendedores pueden agruparse en las categorías siguientes:

1. Factores motivacionales: Logro, aprobación, desarrollo personal, percepción

- del beneficio económico e independencia.
2. Características intelectuales: Imaginación, creatividad, innovación, búsqueda de la verdad y capacidad de solución de problemas.
 3. Características personales: Orientación hacia la oportunidad y el logro de metas específicas, tolerancia a la ambigüedad, la presión y la incertidumbre, perseverancia, integridad y confianza, optimismo, energía y capacidad para trabajar duro.
 4. Competencias: Liderazgo, comunicación, conocimiento del negocio, capacidad para conseguir y administrar recursos, y capacidad para colaborar y relacionarse.

Por otro lado, la conducta emprendedora está influenciada por múltiples factores, entre los que destacan los aspectos económicos, los sociales y los personales (Chell, 2008; Rauch y Frese, 2007^a, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). En función de estos resultados parece razonable pensar que la conducta emprendedora es multidimensional. Se proponen un modelo integral del espíritu emprendedor que recoge la esencia de los principales modelos desarrollados hasta la fecha (Rauch y Frese, 2000; Rauch y Frese, 2007a; Sánchez, 2011, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016) e incorpora los últimos hallazgos encontrados en la investigación de la personalidad emprendedora. Se trata de un modelo comprensivo en el que se representan tres enfoques para describir la actividad emprendedora: el económico, el sociológico y el psicológico.

El enfoque económico: las teorías económicas clásicas tienden a incorporar aspectos como la innovación o el liderazgo (Marshall, 1890, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016), asumir que las características personales del emprendedor pueden ser adquiridas (Schumpeter, 1934, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016) y, en definitiva, aceptar el carácter subjetivo e individual del espíritu emprendedor.

La perspectiva sociológica: Una de las aportaciones más interesantes de la perspectiva sociológica es el énfasis que se pone en la subjetividad. Por ejemplo, gran parte de los modelos propuestos enfatizan la importancia de cómo las personas perciben la viabilidad de sus proyectos y la percepción de control sobre los recursos (Ajzen, 1991; Shapero y Sokol, 1982; Veciana, 1999, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). Dicha subjetividad depende en gran medida de la cultura y el contexto en el que se encuentra la persona. Las normas culturales, así como las leyes y regulaciones particulares de cada país, tienen una importante influencia en la percepción y la conducta de los emprendedores (GEM, 2015; OCDE, 2014, citado por Álvarez y Pedrosa, 2016).

La aportación de la psicología: La investigación realizada hasta la fecha ha mostrado que la conducta emprendedora está influenciada por múltiples factores, entre los que destacan, los aspectos económicos, los sociales y los personales (Chell, 2008; Rauch y Frese, 2007^a, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016). Así, los rasgos específicos de personalidad que parecen estar más relacionados con la personalidad emprendedora serían: motivación de logro, autoeficacia, toma de riesgos, innovación, autonomía,

tolerancia al estrés, locus de control interno y optimismo (Baum et al, 2007; Muñiz et al., 2014; Rauch y Frese, 2007a, 2007b; Suárez-Álvarez et al., 2014; Zhao et al., 2010, citados por Álvarez y Pedrosa, 2016).

De este modo, el constructo de la personalidad emprendedora quedaría ampliado y definido por los siguientes nueve rasgos específicos: motivación de logro, toma de riesgos, innovación, autonomía, autoeficacia, tolerancia al estrés, locus de control interno, locus de control externo y optimismo (ver Figura 1).

En otra línea de investigación, se indica que los fracasos y experiencias son características que ayudan al desarrollo del emprendedor. Autores como Eggers y Song (2015, citados por Giannantonio y Hurley, 2016), afirman que los fracasos pueden proporcionar información y conocimiento para el empresario que les ayuda a mejorar el desempeño de sus subsiguientes empresas. Se ha comprobado que los emprendedores seriales tienen un mejor desempeño si aprenden de sus experiencias pasadas (Parker, 2013, citado por Giannantonio y Hurley, 2016).

Por su parte, Deáková, Drážovská, Grznárik y Kondášová (2010, citados por Belás y Ključniko, 2016), mencionan que las características personales más importantes de un emprendedor son: valor, confianza en sí mismo, responsabilidad, determinación, perseverancia, enfoque proactivo, creatividad y educación en un área particular, donde este empresario pretende hacer negocios. Ha demostrado que no existe un perfil de emprendedor como tal, ya que en ocasiones la formación de las personas depende del contexto donde se desempeñan y/o por la influencia del entorno, la familia, la cultura, entre otros elementos. La presente investigación busca delimitar las características para poder identificar un perfil lo más cercano posible a las experiencias vividas por estas personas, en su formación universitaria y en el entorno en el que se desempeñan.

Habilidades del emprendedor

Según Honjo (2015, citado por Belás y Ključniko, 2016), los individuos que creen tener conocimientos, habilidades y experiencia en el campo de la gestión empresarial, están más dispuestos a convertirse en empresarios en su vida profesional.

El emprendedor no precisa solamente de conocimientos, debe desarrollar actitudes y habilidades, como son: la capacidad de seguir adelante, de no dejarse intimidar frente a los problemas, la persistencia, el liderazgo, la creatividad, la innovación y la capacidad de convencimiento (Leite et al., 2015).

De acuerdo con Leite, et al. (2015), un emprendedor debe tener la habilidad de convencer a sus clientes de que su producto/servicio es bueno, a su socio de la necesidad de tomar una decisión, a sus trabajadores de la importancia de ciertas medidas, entre otros.

Los estudios como los de Auletta y Puente (2010), han demostrado que una tercera

parte de la habilidad de pensar, o ser creativos, está determinada por factores genéticos, mientras que las otras dos terceras partes dependen de un largo camino de aprendizaje. Auletta y Puente (2010), identificaron cinco habilidades que distinguen a los emprendedores innovadores:

1. Capacidad para asociar: la habilidad de conectar apropiadamente preguntas, problemas o ideas de varios campos. Un innovador a menudo está asociando cada una de las variables que pueden interactuar en un determinado mercado.
2. Preguntar: habilidad de plantearse interrogantes desafiantes que se tratan de resolver con una iniciativa. Como ya lo dijera Drucker, "la importancia y el trabajo difícil no es encontrar la respuesta a una pregunta, sino encontrar la pregunta correcta".
3. Observar: habilidad de detallar y examinar el comportamiento de clientes potenciales, competidores u otros actores relevantes en el mercado
4. Experimentar: habilidad de ensayar ideas para productos y procesos, así como nuevas propuestas para el mercado o para aprovechar contextos de negocios. Se ha encontrado, por ejemplo, que vivir en diferentes países, en donde las cosas pueden funcionar de manera distinta, ayuda a identificar ideas de negocio.
5. Crear redes: habilidad para propiciar y participar en redes de emprendedores, asesores, expertos y académicos. Las redes permiten los intercambios de ideas, conocimientos y vivencias; los emprendedores innovadores están en contacto con personas de diferentes ideologías y puntos de vista.

Para complementar las cinco habilidades para innovar, se incorporan tres factores adicionales, estudiados por Estrin (2009, citado por Auletta y Puente (2010):

1. Tomar riesgos: para cualquier empresa, arriesgarse no es fácil. Los desaciertos son costosos y pueden abonar el terreno para un doloroso fracaso.
2. Paciencia: saber perseverar y manejar los fracasos. La paciencia es una condición que no puede faltar en los innovadores, porque para llevar a cabo ideas originales hace falta invertir tiempo en investigación y desarrollo, no solo del producto.
3. Confianza (en la gente y en el proceso): Otro factor importante en las compañías innovadoras es confiar en su personal y en las ideas que aporta al proceso de innovación. Partiendo de este fundamento se logra la vulnerabilidad ante los riesgos y la libertad necesaria para ser creativos.

Según Chaquiriand y Veiga (2011), existen 7 atributos que todo buen emprendedor debe de tener, los cuales enlistan a continuación:

1. Ver el mundo en términos de oportunidades: Las oportunidades consisten en ver un problema y resolverlo donde los demás solo ven una fatalidad; o en encontrar nuevas y mejores opciones para resolver problemas preexistentes.
2. Evitar sorpresas desagradables: Para moverse rápido en una situación imprevista es necesario anticiparse, no basta con ser especialmente avisado. Esa anticipación se logra a través de una adecuada planificación, evaluación de escenarios y

- formulación de planes de contingencia.
3. Saber vender (se) bien: Todo emprendimiento es una promesa. Es poca la evidencia que se puede exhibir, y dentro de esa evidencia pasa a ser fundamental la capacidad del emprendedor para vender su idea, pero fundamentalmente a sí mismo.
 4. Saber generar una red de contactos: Cuando uno emprende existen infinidad de obstáculos para sobrellevar, de todo tipo y color. Es frecuente encontrar un patrón claro entre los emprendedores en la forma de enfrentar estas situaciones. El que tiene madera de emprendedor se preguntará "¿a quién conozco que sepa de esto y me pueda ayudar?".
 5. Ser humildes: Sobrevivir pasa muchas veces por saber reconocer las carencias propias en cuestiones que son vitales para el desarrollo del negocio. Para iniciar una empresa se requieren capacidades emprendedoras, pero también capacidades de gestión
 6. Tener coraje: El coraje es la habilidad de sobreponerse a los miedos y perseverar con la acción que se pretendía realizar. Es raro encontrar un emprendedor que no tenga un relato sobre un momento crítico en la vida de su emprendimiento en donde los obstáculos muchas veces imprevistos hubieran llevado a la mayoría a desistir.
 7. Saber lo que se quiere: Hay quienes sostienen que los emprendedores son inadaptados o que les gusta la adrenalina de asumir riesgos. Otros sostienen que su motivación fundamental es el deseo de independencia. Las respuestas frente a la pregunta "¿Qué busca usted?" serán múltiples, pero nunca serán un "No sé", o "No estoy seguro".

Para poder ampliar la visión de las habilidades del emprendedor, es importante definir lo que son las competencias. Ya que el concepto de "competencias" lleva de forma inherente la palabra habilidades, de ahí la importancia de definir el concepto para poder indagar en el tema. Según Véliz, Jorna, y Berra (2016), las competencias son el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se ponen en funcionamiento en un contexto laboral determinado a fin de solucionar un problema concreto.

Abdullah, Rajennd y Yukthamarani (2016) indican que, las competencias se describen como un concepto relacionado con el trabajo en áreas en las que una persona es competente. Y se traduce en la capacidad que necesita un individuo para realizar una tarea.

Según Abdullah, et al., (2016), las competencias de organización se refieren a las habilidades de los empresarios, necesarias para asumir una variedad de tareas y manejar diferentes áreas funcionales, que exigen la capacidad de planificar y organizar diversos recursos en la organización.

Las competencias de compromiso se refieren a las características básicas de los empresarios exitosos, incluyendo diligencia, compromiso, determinación, dedicación,

iniciativa y orientación proactiva (McClelland, 1987, Abdullah, et al., 2016). En conjunto, las competencias de compromiso son los elementos, que obligan al empresario a seguir adelante con el negocio.

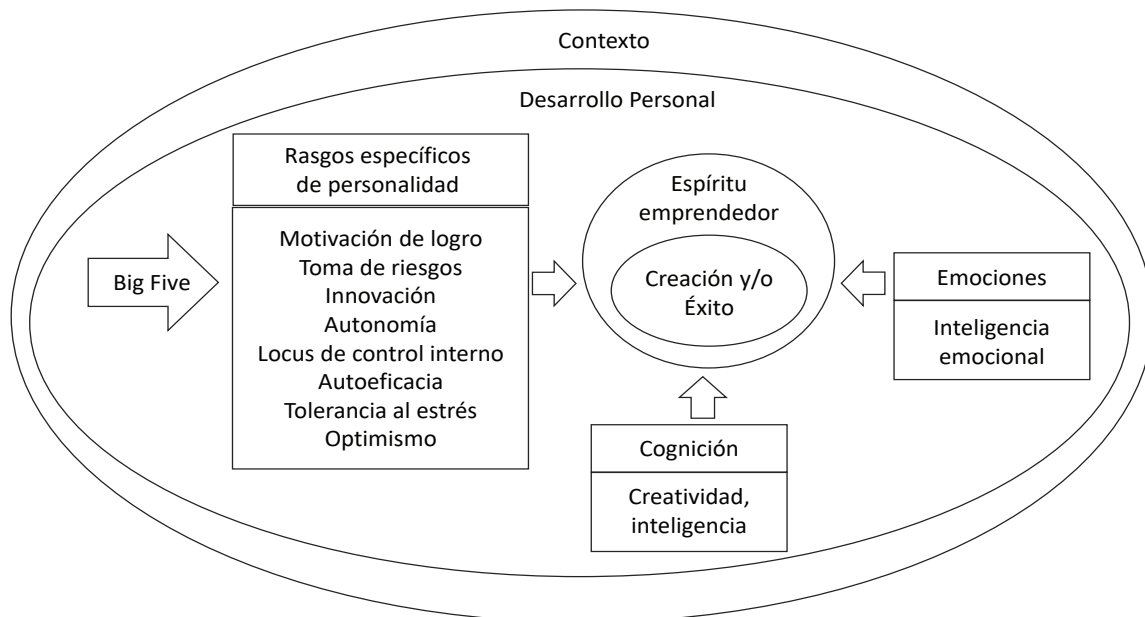
Otras categorías como son las competencias conceptuales representan la capacidad de los emprendedores para pensar creativamente en algo, que puede estar relacionado con nuevos patrones de pensamiento y la posibilidad de crear nuevos conceptos e ideas (Abdullah, et al., 2016). Las competencias conceptuales implican habilidades como el pensamiento cognitivo, analítico, el aprendizaje, la toma de decisiones, la resolución de problemas, el mantenimiento de la tensión temporal, la innovación y el enfrentamiento con la incertidumbre y el riesgo (McClelland, 1987, citados por Abdullah, et al., 2016).

Wickramaratne, Kiminami y Yagi (2014, citados por Abdullah, et al., 2016) encontraron que las competencias empresariales afectan indirectamente el desempeño de la empresa, al afectar positivamente la orientación empresarial del propietario y/o gerente de la empresa.

Modelo teórico aplicado

El modelo teórico que se ha aplicado en la presente investigación es el propuesto por el Dr. Pedrosa en su tesis doctoral denominada: "Evaluación de la personalidad emprendedora mediante el modelo de Test Adaptativo Informatizado", dentro del Programa de doctorado: Psicología, de la Universidad de Oviedo en el año 2015 (Ver Figura 2. Modelo de investigación).

Figura 1. Modelo de la investigación "Modelo de la conducta emprendedora".



Fuente: Pedrosa, I., (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test

Adaptativo Informatizado.

El modelo establece una serie de ítems adecuados para la evaluación de la personalidad emprendedora. A partir de estos, se resuelve de manera eficiente el problema de la evaluación de variables psicológicas mediante el modelo de Test Adaptativo Informatizado, con las ventajas de precisión, validez y economía de recursos (humanos y materiales) que ello implica. Este procedimiento informatizado ofrece una evaluación de la personalidad emprendedora mucho más rápida, rigurosa y eficaz.

A continuación, la Tabla 1, muestra una breve definición de cada uno de los nueve rasgos específicos de la personalidad emprendedora incluidos en el modelo aplicado. Aunque en el modelo se especifican como dos rasgos independientes, locus de control interno y externo han sido agrupados en un único sub apartado para su presentación.

Tabla1. Rasgos específicos de personalidad.

Motivación de logro	La definición más clásica de esta variable se basa en la Teoría de las Necesidades de McClellan (1955, 1961), según la cual el concepto de motivación de logro se entiende como sinónimo de necesidad de logro y alude al hecho de emprender una conducta dirigida al cumplimiento de unos objetivos concretos. Este tipo de personas optan por tareas que conlleven habilidad y esfuerzo y, en cierta medida, supongan un desafío y riesgo moderado.
Tomar riesgos	Hace referencia a la tendencia y disposición personal a asumir ciertos niveles de riesgo que permitan alcanzar una meta, la cual se espera que genere mayores ganancias que consecuencias negativas (Moore y Gullone, 1996).
Innovación	Se entiende por persona innovadora a aquella con voluntad e interés por buscar nuevas formas de acción, lo que implica una tendencia a introducir o desarrollar nuevos productos, servicios, procesos de producción, tecnologías e investigaciones (Rauch y Frese, 2007a).
Autonomía	Puede definirse como la tendencia a ejercer un autocontrol sobre las tareas que se realizan, evitando así las reglas y restricciones impuestas, en este caso por una empresa o un supervisor (Cromie, 2000). En su aplicación al contexto emprendedor, implica una motivación hacia la creación empresarial como un intento de conseguir la independencia profesional (Van Gelderen y Jansen, 2006).
Locus de control	Bajo la perspectiva de bidimensionalidad, que en este trabajo se asume, ambas dimensiones pueden definirse como se muestra a continuación; El locus de control interno: Supone la atribución de que la propia persona provoca, y por tanto controla, las consecuencias de sus conductas y, en cierto modo, también su destino y futuro (Rotter, 1966). El locus de control externo: Implica la atribución causal de las consecuencias a eventos externos a la persona, generando expectativas que dependan más de la suerte o la casualidad que de uno mismo (Rotter, 1966).

Autoeficacia	Según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), la percepción de autoeficacia afecta a las actividades y conductas que la gente elige, a sus estrategias de afrontamiento, a cómo las personas emplean su esfuerzo y durante cuánto tiempo persisten en hacer frente a los obstáculos y las experiencias adversas (Bandura, Adams, Hardy y Howells, 1980). Es posible definir la percepción de autoeficacia como la convicción de poseer la capacidad para organizar y ejecutar eficazmente acciones que deriven en la consecución de los resultados deseados.
Tolerancia al estrés	El estrés se define como la respuesta del organismo ante un estímulo amenazante, la cual se fundamenta en la percepción de los recursos individuales con que la persona cuenta para afrontarlo (Lazarus y Folkman, 1986). En este sentido, la tolerancia al estrés se puede entender como la capacidad que posee el individuo para enfrentarse a diferentes situaciones amenazadoras al entender que se cuenta con las habilidades necesarias para afrontarlas de manera exitosa.
Optimismo	Implica confiar en que las expectativas personales podrán ser resueltas en el futuro, lo que supone una característica estable en el tiempo y en las situaciones (Carver, Scheier y Segerstrom, 2010; Rauch, Schweizer y Moosbrugger, 2007). Aspecto que resulta vital para cualquier emprendedor. Desde esta perspectiva, el optimismo se refiere a la creencia personal sobre el suceso de acontecimientos positivos en lugar de negativos como expectativas generalizadas estables (Carver et al., 2010; Ferrando, Chico y Tous, 2002; Scheier y Carver, 1985).

Fuente: Elaboración propia con base en Pedrosa, I., (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informatizado.

Trabajos como el Zinga et al. (2013, citado por Pedrosa, 2015) demuestran, que los nueve rasgos propuestos se encuentran altamente relacionados, dando de esta forma más certeza a la investigación.

Método

Participantes

El instrumento se aplicó a 340 estudiantes de la Licenciatura en Administración y Gestión, de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí; estudiantes de 1º y 7º semestre del periodo escolar agosto-diciembre de 2017.

Recopilación de datos

A continuación, se enuncian los procedimientos y los instrumentos utilizados para la recopilación de datos en campo.

Procedimiento

La aplicación del cuestionario fue realizada en formato de papel y lápiz, de manera colectiva, en las aulas de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. La participación fue voluntaria y la evaluación se realizó una vez obtenido el consentimiento del centro educativo.

Instrumento

La recopilación de datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario que incluye los rasgos específicos de personalidad marcados en el modelo del Test Adaptativo Informatizado propuesto por Pedrosa (2015).

El instrumento consta de 113 ítems, divididos en cada uno de los rasgos específicos de personalidad, marcados en el modelo de la investigación, agregando un rasgo extra "aspecto" el cual retoma los datos familiares, para así identificar si en la familia existen personas emprendedoras, lo anterior para complementar la investigación. El número de ítems, para cada uno de los rasgos específicos de personalidad a evaluar, se muestran en la Tabla 2.

Tabla 2. Ítems por rasgo específico de personalidad.

Rasgo	Número de ítems
Motivación de logro	15
Toma de riesgos	14
Innovación	16
Autonomía	14
Locus de control interno	11
Aspecto	3
Autoeficacia	18
Tolerancia al estrés	11
Optimismo	11

Fuente: Elaboración propia.

El instrumento respeta el formato original, con una escala de Likert de 5 alternativas de respuesta, donde 1 implica estar totalmente en desacuerdo y el 5 totalmente de acuerdo (anexo 1, instrumento aplicado). Cabe destacar que el instrumento incluye otros ítems como son: Nombre, género, carrera, semestre, condiciones laborales y civiles, todo esto para darle más validez al instrumento y para futuras connotaciones de la investigación.

Análisis estadístico

El análisis estadístico realizado, consistió en agrupar los ítems en los rasgos de personalidad especial. Se realiza un conteo de las personas que contestaron cada ítem, de este modo, el análisis se hace con el total de cada ítem, para no afectar los resultados, en caso de que alguna persona no se haya sentido identificado con alguno de ellos y omita contestar.

Se calcularon las medias de cada uno de los ítems, identificando la concordancia, para poder interpretar los resultados del grupo. Se calculó la desviación estándar para conocer la dispersión de los datos y poder determinar la confiabilidad del instrumento. De igual forma, se calcula la media, para conocer las generalidades del grupo e identificar su posición en la escala de Likert del instrumento.

Por último, cabe mencionar la existencia de preguntas de control, cuya finalidad es asegurarse del interés y buena fe del encuestado, así como de la veracidad y fiabilidad de sus respuestas. Estas preguntas son de naturaleza negativa y se tomaron en cuenta al momento de realizar el análisis estadístico para no afectar los resultados finales.

Resultados

A continuación, se realiza una descripción detallada de los resultados obtenidos con el instrumento de "Rasgos específicos de personalidad" y se hace mención de los resultados más significativos.

Resultados obtenidos

Se parte del problema de investigación, el cual tiene el propósito de identificar las habilidades y las características de la personalidad emprendedora, y retomando las premisas de autores como Santander (2010), que afirman que los emprendedores "se hacen", y considerando que se busca fomentar las habilidades y las características emprendedoras en los estudiantes de Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí.

El presente trabajo de investigación busca de forma exploratoria, generar conocimiento empírico sobre las características del emprendedor que se está formado en la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, y así poder potencializar estas características en los estudiantes.

Por lo anterior, y para la presente investigación, se han seleccionado únicamente tres rasgos específicos de personalidad para este estudio, los cuales a consideración, son los que la Universidad Politécnica puede potencializar en los alumnos. Los tres rasgos específicos de personalidad considerados son los siguientes: Innovación, Locus de control y Tolerancia al estrés.

Innovación

Retomando la definición de Rauch y Frese (2007, citados por Pedrosa 2015), la persona innovadora es aquella con voluntad e interés por buscar nuevas formas de acción, lo que implica una tendencia a introducir o desarrollar nuevos productos, servicios, procesos de producción, tecnologías e investigaciones.

Los resultados encontrados dentro del instrumento aplicado para este rasgo específico de personalidad se muestran en la Tabla 3.

Tabla 3. Rasgo de personalidad específica de innovación.

Componentes de la Innovación	N	Media	Desv. Std
1. Apoyo las ideas nuevas	340	4.250	0.801
2. Busco resolver los problemas de formas distintas	339	4.110	0.783
3. Creo que mis ideas son originales	338	3.890	0.821
4. Me gusta aprender nuevas formas de trabajar	340	4.390	0.777
5. Estoy dispuesto a incorporar ideas nuevas en mis tareas	340	4.340	0.788
6. Me gusta mejorar las cosas	340	4.430	0.748
7. Me gustaría trabajar en una empresa que aportase cosas nuevas al mercado	339	4.450	0.828
8. Soluciono problemas que otros no pueden	340	3.690	0.761
9. Mis amigos dicen que tengo buenas ideas	340	3.840	0.846
10. Planteo soluciones diferentes a las de mis compañeros	339	3.860	0.788
11. Soy una persona innovadora	340	3.760	0.822
12. Veo diferentes soluciones a los problemas	340	3.980	0.766
13. Siempre hay formas diferentes de hacer las cosas	336	4.340	0.763
14. Prefiero que sean otros quienes toman la iniciativa	335	3.450	1.062
15. Me gusta hacer cosas nuevas	338	4.310	0.790

Fuente: Elaboración propia, resultado de la aplicación instrumento de recopilación de datos.

La tabla muestra el número total de sujetos a quienes se les aplicó el instrumento, el total de la muestra es de 340 personas, y como se puede observar, no todos los ítems fueron contestados.

Los datos por resaltar son los ítems números 6 y 7, que corresponden a “me gustaría mejorar las cosas” y “Me gustaría trabajar en una empresa que aportase cosas nuevas al mercado”, son los que mostraron un promedio mayor de aceptación.

Por el contrario, los ítems 8 y 11 que corresponden a “soluciono problemas que otros no pueden” y “soy una persona innovadora”, son los que mostraron un promedio de aceptación menor. Cabe mencionar que, aunque el ítem más bajo de este rasgo fue el número 14 correspondiente a “prefiero que sean otro quien toman la iniciativa”, no se toma como un dato negativo, ya que la naturaleza de la pregunta es negativa, por lo que mientras más se acerque a 1, esta indica lo positivo de la misma.

No obstante, y a pesar del ítem 14 y su naturaleza negativa, el promedio de todo el rasgo de personalidad específica de “innovación” es mayor a 4, lo que se traduce como una buena incidencia de este rasgo en la personalidad de las personas estudiadas.

Locus de control

De igual forma, retomaremos la definición antes mencionada para poner en perspectiva este rasgo de personalidad específica. De acuerdo con Pedrosa (2015), bajo la perspectiva de bidimensionalidad el locus de control se puede definir en dos dimensiones como se muestra a continuación: El locus de control interno: Supone la atribución de que la propia persona provoca, y por tanto controla, las consecuencias de sus conductas y, en cierto modo, también su destino y futuro (Rotter, 1966, citado por Pedrosa, 2015). El locus de control externo: Implica la atribución causal de las consecuencias a eventos externos a la persona, generando expectativas que dependan más de la suerte o la casualidad que de uno mismo (Rotter, 1966, citado por Pedrosa, 2015).

Los resultados encontrados, en función del instrumento aplicado, para este rasgo específico de personalidad, se muestran en la Tabla 4.

Tabla 4. Rasgo de personalidad específica de Locus de control.

Componentes de Locus de control	N	Media	Desv. Std
1. La nota de un examen depende de lo que hayas estudiado	340	3.210	1.226
2. Cuando fracaso asumo que el error ha podido ser mío	338	4.090	0.835
3. El éxito depende de mi esfuerzo	340	4.510	0.739
4. Mis éxitos son consecuencia de mi esfuerzo	340	4.550	0.729
5. Lo que tengo depende del esfuerzo que hago para conseguirlo	340	4.440	0.798
6. Mi futuro depende de lo que yo haga	340	4.550	0.737

7. Mis errores son culpa mía	340	4.150	0.897
8. Mi vida depende de mí mismo	339	4.380	0.874
9. Para alcanzar una meta es necesario esforzarse	340	4.660	0.734
10. Puedo resolver los problemas si me esfuerzo lo suficiente	339	4.540	0.770

Fuente: Elaboración propia, resultado de la aplicación instrumento de recopilación de datos.

Considerando la información de la tabla 4, podemos observar los ítems con mayor promedio de incidencia, dentro de los cuales observamos el número 9 "Para alcanzar una meta es necesario esforzarme", con una media de 4.66. Y los ítems 4 y 6 correspondientes a "mis éxitos dependen de mi esfuerzo" y "Mi futuro depende del esfuerzo que hago para conseguirlo", empatados en el segundo lugar de incidencia, con una media de 4.55.

En cuanto a los ítems con más bajo promedio de incidencia encontramos que son los números 1 y 2, que corresponden a "La nota de un examen depende de lo que yo he estudiado" y "Cuando fracaso asumo que el error pudo haber sido mío". El promedio general del rasgo de personalidad específica "locus de control" es de 4.31, mostrando un promedio de frecuencia muy aceptable.

Tolerancia al estrés

Nuevamente se retoma la definición de Tolerancia al estrés, expuesta con anterioridad. De acuerdo con Lazarus y Folkman (1986, citados por Pedrosa, 2015) estrés se define como la respuesta del organismo ante un estímulo amenazante, la cual se fundamenta en la percepción de los recursos individuales con que la persona cuenta para afrontarlo. En este sentido, la tolerancia al estrés se puede entender como la capacidad que posee el individuo para enfrentarse a diferentes situaciones amenazadoras al entender que se cuenta con las habilidades necesarias para afrontarlas de manera exitosa.

Los resultados encontrados, para este rasgo específico de personalidad, se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5. Rasgo de personalidad específica de Tolerancia al estrés.

Componentes de Tolerancia al estrés	N	Media	Desv. Std
1. Controlo bien mis emociones	339	3.460	0.946
2. Cuando tengo alguna preocupación rindo de manera adecuada	338	3.330	0.996
3. El estrés me impide hacer otras actividades	337	3.210	1.086

4. Es difícil que una situación me ponga nervioso	338	2.970	0.985
5. Hay pocas situaciones que me generen estrés	335	3.080	1.018
6. Manejo bien las situaciones de estrés	338	3.380	0.930
7. Me agobia el futuro	337	3.630	1.156
8. Me estreso con facilidad	335	3.230	1.173
9. Me bloqueo cuando tengo mucho trabajo	338	3.400	1.129
10. Soy capaz de concentrarme en situaciones estresantes	338	3.600	0.945
11. Soy capaz de trabajar bajo presión	339	3.980	0.846

Fuente: Elaboración propia, resultado de la aplicación instrumento de recopilación de datos.

En la Tabla 5, que corresponde a la "Tolerancia al estrés", se puede observar que el promedio general de esta tabla es de 3.39, siendo el resultado más bajo, de los tres rasgos de personalidad estudiados, es decir, el promedio es menor que el de Innovación y Locus de control. El ítem con mayor frecuencia, de este rasgo de personalidad, es el número 11, que corresponde a: "Soy capaz de trabajar bajo presión", el cual tiene la media de frecuencia más alta con 3.98.

En los ítems con menor frecuencia se encuentra el número 4, con una media de 2.97, el cual corresponde al enunciado: "Es difícil que una situación me ponga nervioso" Es importante mencionar que, dentro de los ítems de este rasgo, se encuentran ítems con naturaleza negativa, los cuales es importante identificar para futuras interpretaciones, ya que el promedio general es afectado por la naturaleza del ítem.

Conclusiones

Primera pregunta de investigación

¿Cuáles son los rasgos de la personalidad emprendedora y qué tanto están presentes en la personalidad de los alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión de la UPSLP?

En la investigación se logró identificar los rasgos que marcan la pauta de la personalidad emprendedora, estos rasgos surgen del modelo aplicado en la investigación, el modelo denominado "Modelo de la conducta emprendedora", Pedrosa (2015).

Este modelo nos permite confirmar los rasgos de la personalidad emprendedora, los cuales se enlistan a continuación:

1. Motivación de logro.
2. Toma de riesgos.

3. Innovación.
4. Autonomía.
5. Locus de control interno.
6. Aspecto.
7. Autoeficacia.
8. Tolerancia al estrés.
9. Optimismo.

El instrumento aplicado permitió identificar todos los rasgos de personalidad del “Modelo de la conducta emprendedora”, pero para fines prácticos de la investigación, solo se tomaron tres rasgos de personalidad que fueron los siguientes: Innovación, Locus de control y Tolerancia al estrés.

De los resultados, se puede concluir que, los tres rasgos de personalidad están presentes en los estudiantes de Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, a quienes se les aplicó el instrumento.

A continuación, en la Tabla 6, se muestran los promedios obtenidos para cada uno de los rasgos estudiados. Se puede concluir que estos rasgos están presentes en la personalidad de los estudiantes, de la Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí; el promedio muestra una buena aceptación pues está muy por encima de la media.

Tabla 6. Rasgos de personalidad estudiados.

Rasgos de personalidad estudiados	Promedio	Aceptación en la escala de Likert aplicada
Componentes de la Tolerancia al Estrés	3.39	> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Componentes de Locus de Control	4.31	> De acuerdo
Componentes de la Innovación	4.07	> De acuerdo

Fuente: Elaboración propia, con base en los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento.

Segunda pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores de la personalidad que afectan de manera positiva al desarrollo del emprendedor?

Dentro del marco teórico se plasmaron un sinnúmero de rasgos, habilidades y características de personalidad, que afectan de manera positiva el desarrollo del emprendedor. Pero dentro de la investigación y apegados al modelo aplicado, se delimitan, todas las anteriores, a las enlistadas en el “Modelo de la conducta emprendedora” de Pedrosa, por las ventajas de precisión, validez y economía de recursos (humanos y materiales) que el modelo implica.

Por lo anterior, se retoman y se definen los conceptos de los rasgos de personalidad utilizados en el instrumento de investigación, y que son los que la investigación marca como los factores que afectan de manera positiva la personalidad emprendedora.

Tabla 7. Rasgos específicos que afectan la personalidad emprendedora.

Motivación de logro	La definición más clásica de esta variable se basa en la Teoría de las Necesidades de McClellan (1955, 1961), según la cual el concepto de motivación de logro se entiende como sinónimo de necesidad de logro y alude al hecho de emprender una conducta dirigida al cumplimiento de unos objetivos concretos. Este tipo de personas optan por tareas que conlleven habilidad y esfuerzo y, en cierta medida, supongan un desafío y riesgo moderado.
Tomar riesgos	Hace referencia a la tendencia y disposición personal a asumir ciertos niveles de riesgo que permitan alcanzar una meta, la cual se espera que genere mayores ganancias que consecuencias negativas (Moore y Gullone, 1996).
Innovación	Se entiende por persona innovadora a aquella con voluntad e interés por buscar nuevas formas de acción, lo que implica una tendencia a introducir o desarrollar nuevos productos, servicios, procesos de producción, tecnologías e investigaciones (Rauch y Frese, 2007a).
Autonomía	Puede definirse como la tendencia a ejercer un autocontrol sobre las tareas que se realizan, evitando así las reglas y restricciones impuestas, en este caso por una empresa o un supervisor (Cromie, 2000). En su aplicación al contexto emprendedor, implica una motivación hacia la creación empresarial como un intento de conseguir la independencia profesional (Van Gelderen y Jansen, 2006).
Locus de Control	Bajo la perspectiva de bidimensionalidad, que en este trabajo se asume, ambas dimensiones pueden definirse como se muestra a continuación; El locus de control interno: Supone la atribución de que la propia persona provoca, y por tanto controla, las consecuencias de sus conductas y, en cierto modo, también su destino y futuro (Rotter, 1966). El locus de control externo: Implica la atribución causal de las consecuencias a eventos externos a la persona, generando expectativas que dependan más de la suerte o la casualidad que de uno mismo (Rotter, 1966).
Autoeficacia	Según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), la percepción de autoeficacia afecta a las actividades y conductas que la gente elige, a sus estrategias de afrontamiento, a cómo las personas emplean su esfuerzo y durante cuánto tiempo persisten en hacer frente a los obstáculos y las experiencias adversas (Bandura, Adams, Hardy y Howells, 1980). Es posible definir la percepción de autoeficacia como la convicción de poseer la capacidad para organizar y ejecutar eficazmente acciones que deriven en la consecución de los resultados deseados.

Tolerancia al estrés	El estrés se define como la respuesta del organismo ante un estímulo amenazante, la cual se fundamenta en la percepción de los recursos individuales con que la persona cuenta para afrontarlo (Lazarus y Folkman, 1986). En este sentido, la tolerancia al estrés se puede entender como la capacidad que posee el individuo para enfrentarse a diferentes situaciones amenazadoras al entender que se cuenta con las habilidades necesarias para afrontarlas de manera exitosa.
Optimismo	Implica confiar en que las expectativas personales podrán ser resueltas en el futuro, lo que supone una característica estable en el tiempo y en las situaciones (Carver, Scheier y Segerstrom, 2010; Rauch, Schweizer y Moosbrugger, 2007). Aspecto que resulta vital para cualquier emprendedor. Desde esta perspectiva, el optimismo se refiere a la creencia personal sobre el suceso de acontecimientos positivos en lugar de negativos como expectativas generalizadas estables (Carver et al., 2010; Ferrando, Chico y Tous, 2002; Scheier y Carver, 1985).

Fuente: Elaboración propia con base en Pedrosa, I., (2015).

En los rasgos de personalidad seleccionados, se obtuvieron calificaciones que indican que dichos elementos son fuertes y que por lo tanto, con la formación adecuada en competencias empresariales, los estudiantes tienen el potencial para ser emprendedores y generar negocios exitosos, que puedan atender a necesidades de la sociedad, innovando en aspectos de procesos, productos, servicios. Por otro lado al tener un nivel alto de locus de control, se considera que tienen la capacidad para enfrentar los resultados de sus decisiones, esforzándose, en caso de ser necesario, enfrentando aparentes fracasos que les permitan un aprendizaje y una probabilidad de mayor éxito en negocios futuros.

Si bien la tolerancia al estrés es uno de los factores con menor calificación, es un aspecto que se puede atender durante la formación, estableciendo actividades y estrategias de aprendizaje específicas que los ayuden a controlar la respuesta a lo que considera una amenaza del entorno.

Considerando la formación profesional, se deben considerar elementos de competencia empresarial, así como competencias genéricas o transversales que ayuden a fortalecer las características de personalidad que ya se observan como fuertes, finalmente el entorno, la familia y el interés en el desarrollo de negocio también son factores que inciden en la personalidad del emprendedor. Es decir, se tiene la parte de contexto, familiar y ambiente y por otro lado se fortalece en la educación formal y las competencias específicas para el desarrollo de negocios.

Bibliografía

- Abdullah A., Rajennd A., y Yukthamarani P. (2016). Social capital and entrepreneurial competencies: A study among women Micro-Entrepreneurs in Malaysia. *The journal of developing areas; Special issue on Kuala Lumpur conference held in November 2015*. Volume 50, No. 5.
- Álvarez, J. y Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y Líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, vol. 37, núm. 1, 2016, pp. 62-68.
- Auletta, N., Puente, R. (2010), ¿Qué hace a un emprendedor innovador?, *DEBATES IESA*, Volumen XV, Número 2.
- Babu, C., y Kasilingam, R. (2015). Entrepreneurial Capability of Micro Entrepreneurs. *BVIMR Management Edge*, Vol. 8, No. 1, PP 13-27.
- Belás, J. y Ključniko, A. (2016). The most important attributes of entrepreneurs; Case study of the environment of czech smes. *International journal of entrepreneurial knowledge*. Issue 1, Volume 4.
- Blasco, P., Brusca, I., Esteban, L. y Labrador, M. (2016). La satisfacción de las mujeres empresarias: Factores determinantes. *Contabilidad y Negocios*. Vol. 11, Issue 21. SN 1992-1896.
- Cervilla M. y Puente, R. (2010). Emprendedores de las mayorías que atienden a las mayorías. *DEBATES IESA*, Volumen XV, Número 1.
- Chaquiriand, I., Veiga L. (2011). 7 atributos de un buen emprendedor. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*. Agosto 2011.
- Contín, I., Larraza, M. y Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa*. N°20, abril-junio.
- Fernández F. y Vidal R. (2006). ¿Quiénes son los emprendedores? *DEBATES IESA*. Volumen XI, Número 3.
- Fried, H. y Tauer, L (2015). *An entrepreneur performance index*. Springer Science+Business Media New York. Published online: 25 February.
- Giannantonio, C. y Hurley, A. (2016). Entrepreneurial characteristics and careers: American High-Tech Entrepreneurs. *Journal of Business and Management*. Vol. 22, No. 2.
- Jacques L. (2003). Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). *Administración y Organizaciones*. Julio, Vol. 5, Issue 10, p113-153. 41p.
- Koontz, H., Weihrich. (2004). *Administración, una perspectiva global*. McGraw Hill. México.
- Leite, E., Correia, E., Sánchez, M. y Leite, E. (2015). *El espíritu emprendedor: condicionantes*

para la innovación. *Holos*, año 31, vol. 5 278.

- Lozano, O., Cayetano, J. (2011). *El Emprendedor de la Empresa Familiar Mexicana, Una Visión Crítica*. *Gestión y estrategia*. Número 40, julio-diciembre.
- Morales, J., Bustamante, A., Vargas, S., Pérez, N. y Sereno, O. (2015). Factores de éxito emprendedor en dos municipios de la montaña de Guerrero, México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, N° 15 Vol. 7 (3), p: 416 – 435.
- Pedrosa, I. (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informatizado. Programa de doctorado: Psicología, Universidad de Oviedo.
- Rodríguez, A. (2006). *El Emprendedor Venezolano*. *Debates IESA*. Julio-Septiembre, Vol. 11 Issue 3, p20-22. 3p.
- Santander, V. (2010). Características del Comportamiento Emprendedor en Alumnos de Enseñanza Media de la Ciudad de Talca. UC Maule, *Revista Académica*, N°39 – Diciembre.
- Santín, A. (2012). El ADN del emprendedor. *Entrepreneur México*. Marzo, Vol. 20 Issue 3, p92-98. 5p.
- Tarapuez, E. y Botero, J. (2007). Algunos Aportes de Los Neoclásicos a La Teoría del Emprendedor, *Cuadernos de Administración*. Bogotá, Colombia, 20 (34): 39-63. Julio-diciembre.
- Véliz, P., Jorna A. y Berra E. (2016). Consideraciones sobre los enfoques, definiciones y tendencias de las competencias profesionales. *Educación Médica Superior*. Vol. 30, Issue 2.

Emprendimiento en jóvenes universitarios en el Estado de Tabasco

Aida Dinorah García Álvarez, Víctor Hugo Robles Francia,
Adriana Mariela de la Cruz Caballero

Resumen

La presente investigación, retoma el concepto de emprendimiento y su evolución a través de los años, y el aporte de diversas disciplinas a este concepto; así mismo, se analizan ocho rasgos o actitudes que identifican a los emprendedores de acuerdo a Pedrosa Suárez, García & Muñiz (2016), estos rasgos son: Autoeficacia, Autonomía, Innovación, Locus de Control, Motivación de Logro, Optimismo, Tolerancia al Estrés y Toma de riesgos; los que fueron analizados en una muestra de 54 estudiantes de una universidad pública en el estado de Tabasco. Los resultados obtenidos permitieron identificar cuáles son los factores que se presentan en mayor o menor medida en los estudiantes encuestados, encontrándose que rasgos como la autonomía, motivación, locus de control e innovación se presentan en mayor medida, mientras que rasgos como la autoeficacia, toma de riesgo, optimismo y tolerancia al estrés se presentaron en menor medida en los resultados de esta investigación.

Palabras clave: Emprendimiento, rasgos, estudiantes de universidad.

Abstract

This investigation takes up the entrepreneurship concept and its evolution over the years, and the contribution to of various disciplines to this concept; likewise, eight traits or attitudes that identify entrepreneurs according to Pedrosa Suárez, Garcia & Muñiz (2016) are analyzed, these traits are: Self-efficacy, Autonomy, Innovation, Locus of Control, Achievement motivation, Optimism, Stress Tolerance and Risk Taking; which were analyzed in a sample of 54 students of a public university in the state of Tabasco. The obtained results allowed to identify which factors are present to a greater or lesser extent in the surveyed students, finding that features as autonomy, motivation, Locus of Control and innovation are presented to a greater extent, while features as self-efficacy, risk taking, optimism and stress tolerance were in a lesser extent in the results of this investigation.

Key words: Entrepreneurship, traits, students of university

Introducción

Durante las últimas dos décadas la iniciativa empresarial se ha convertido en un campo de investigación muy activa en diversas disciplinas de las ciencias sociales y una preocupación importante de la política económica. La innovación de productos y servicios, la creación de empleos y el crecimiento económico depende en gran medida de la disposición y voluntad de las personas para iniciar un negocio de propiedad privada independiente y en las habilidades y los esfuerzos de los fundadores para ejecutarlo con éxito. Algunos autores han señalado la importancia del emprendedor para el desarrollo económico, se ha enfocado en la búsqueda de rasgos de personalidad única que caracterizan a los empresarios (Uru, 2011).

La Comisión de las Comunidades Europeas define al emprendimiento como la actitud y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica. Proceso en el cual se combina la asunción de riesgos, creatividad y / o la innovación con una gestión sólida en una organización nueva o existente (Stefanesco, 2012).

Entre las características del emprendedor se encuentra, la propensión al riesgo, la necesidad de logro, locus de control, el optimismo, la competitividad y la innovación se toman como base ya que estos son los más citados en diversos estudios teóricos. La propensión de riesgo describe la actitud de una persona hacia el riesgo; en otras palabras, se trata de una disposición psicológica de los individuos para mostrar diversos grados de asunción de riesgos o la conducta de evitación de riesgos, los individuos con alta propensión son personas que toman decisiones rápidas e innovadoras. Las personas con alta necesidad de logro están dominados por el deseo de influir y controlar el contexto en el que operan. Los investigadores encontraron evidencia empírica de que los empresarios están impulsados inicialmente por factores de "empuje" y tienen la motivación de logro. Respecto a la característica de locus de control se refiere a la creencia generalizada de que una persona puede o no puede controlar su propio destino y los individuos se clasifican en un continuo desde muy interna muy externa. El optimismo implica "una disposición general a esperar lo mejor en todas las cosas". El optimismo es un atributo común citado en la investigación del espíritu empresarial al describir las personas emprendedoras. En referencia a la competitividad, las investigaciones indican que el comportamiento emprendedor implica que los empresarios son personas que tienden a ser empresarios agresivas y proactivas, los individuos con comportamiento competitivo quieren ganar. La capacidad de innovación del empresario es uno de los factores de dominio específico que los separa de los gerentes cree que el empresario es el innovador que implementa el cambio dentro de los mercados (Uru, Caliskan, & Aksu, 2011).

Marco Teórico

El concepto de emprendimiento ha estado en constante evolución en los últimos veinte años, al principio las teorías económicas sirvieron como fundamento para la existencia

y necesidad de emprendedores; más adelante el emprendimiento como disciplina, ha tomado como referencia algunos conceptos de otras áreas como la economía, la sociología, la psicología, con la finalidad de generar una identidad que le permita diferenciarse de ellas (González, 2012).

Por medio del análisis del emprendimiento se busca explicar cómo descubrir, crear y explotar oportunidades de negocio, a través de quienes y con qué consecuencias, además el análisis del concepto involucra dos aspectos principales; el emprendedor y las oportunidades.

El emprendimiento es considerado como una alternativa a la inestabilidad económica que prevalece en diversos países; permitiendo satisfacer la necesidad del propio emprendedor, así como; una necesidad de la sociedad en la que se desenvuelve el mismo, permitiendo de esta forma la creación de empleo tanto para el emprendedor, como para los habitantes de la región, contribuyendo al desarrollo de la economía regional.

El concepto de emprendimiento comprende un conjunto de actitudes y conductas que orientan a la persona hacia la autoconfianza, la creatividad, la innovación, responsabilidad y el manejo del riesgo; incluye el dinamismo, la generación de ideas, la búsqueda de un beneficio económico y para la sociedad, supone entonces una conducta creativa, que además en combinación con la innovación puedan aplicar al desarrollo de un producto o servicio. Dentro de los rasgos que caracterizan al emprendedor se incluyen la actitud y el impulso en el desarrollo de una actividad económica, crear nuevas empresas o la reorganización de las mismas. Así, la iniciativa emprendedora se relaciona principalmente, con una forma de pensar, razonar y actuar vinculada por la búsqueda de una oportunidad de negocio, cuyo resultado será la creación, mejora y renovación de valor, tanto económico como social, para el emprendedor y los grupos de interés vinculados con ellos (Sánchez & Pérez, 2015).

Se ha identificado que existen elementos que permiten fomentar y dinamizar el emprendimiento, entre los que se encuentran; la productividad, asociatividad, nuevos mercados, fomento financiero, canales de comercialización. Además de esto es necesario diseñar mecanismos de concreción, articulación social y socialización con el fin de aprovechar oportunidades que permitan incursionar en nuevos mercados (Padilla, Quispe, & Nogueira, 2016).

El emprendimiento en combinación con la gestión de recursos humanos son elementos centrales que permiten la existencia de las organizaciones, así los emprendedores se enfrentan a diversos retos e incertidumbre, por lo que deben asumir riesgos de manera que permitan crear, mantener y gestionar el crecimiento y desarrollo de las organizaciones que dirigen o de las que forman parte, de esta forma la figura del emprendedor resulta un elemento clave en la dinámica de creación de empresas cuyos productos o servicios satisfacen una necesidad de la sociedad. Los emprendedores son identificados como

actores que imaginan, desarrollan y aplican las ideas en el entorno que se encuentran, dando respuesta a necesidades económicas del emprendedor y resolviendo una necesidad de la sociedad. Se considera que la gestión de recursos humanos es una de las competencias esenciales de un emprendedor, ya que es necesaria la formación y coordinación de equipos de trabajo para el funcionamiento de una organización y de esta manera responder a las exigencias del entorno en cuanto a calidad, competitividad, etc (Tomazzoni & Tavares, 2014).

Se destaca la participación del espíritu empresarial como un factor clave para el desarrollo económico de un país ya que el emprendimiento permite el autoempleo así como la generación de nuevos empleos, el desarrollo de nuevos productos o servicios; además de la incursión a nuevos mercados que permiten un crecimiento económico, se ha observado que los países desarrollados son más bajos en características de emprendimiento que los países en desarrollo, los primeros tienen niveles más altos de competitividad global que los segundos. El espíritu emprendedor es medido en base a las actitudes empresariales (que comprenden el valor social, el atributo personal y la orientación a objetivos) y las actividades empresariales (actividades empresariales tempranas totales y negocios empresariales establecidos) (Pawitan, Nawangpalupi, & Widyarini, 2017).

Diversas investigaciones señalan que el emprendimiento se considera como un factor que permite el impulso de la economía y riqueza de los individuos, diversos planteamientos teóricos explican su relevancia en el desarrollo de nuevas ideas y servicios necesarios en la preservación de la vida del hombre, en los que se incluyen las características de innovación y creatividad. Lo anterior permite el desarrollo económico de la región, toda vez que se considera como una alternativa para hacer frente a los altos índices de desempleo que se presenta principalmente en países subdesarrollados sin excluir a los países desarrollados, quienes presentan tasas de emprendimiento elevadas (Ramírez, Rodríguez, & Licona, 2017).

De esta forma surge la figura del emprendedor como la persona que asume un riesgo financiero, para obtener ganancias inciertas, al momento de iniciar su emprendimiento y que debe cumplir con una serie de características entre las que se encuentran; la inteligencia, prudencia, juicio, constancia, creatividad, conocimiento de la sociedad, entre otras, lo que le permitirá tener una oportunidad de éxito en su emprendimiento, otros autores añaden la innovación como otra de las características fundamentales del emprendedor, generando el desarrollo de nuevos productos y nuevos modelos de negocio y de esta forma contribuir al impulso de la economía de los países (Ramírez, Rodríguez, & Licona, 2017).

Por otra parte algunos autores incluyen la definición de emprendedor universitario en la que se integran elementos psicológicos, innovación, orientación estratégica; el emprendedor universitario es definido como: "El ser humano con estudios superiores

que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva, en los diferentes escenarios o sectores económico o sociales, donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerenciar” (Torres, 2016).

Es importante la formación de jóvenes en una cultura de emprendimiento, ya que permite la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial. Esta formación de acuerdo a los autores debería empezar en etapas tempranas para que se logre el desarrollo de habilidades propias del emprendedor, sin embargo también es posible adquirirlas en la educación superior, aunque en la actualidad aún existen instituciones de nivel superior que apenas incorporan a sus planes de estudio aquellas asignaturas en las que se fomenta el espíritu emprendedor en los alumnos (Padilla, Quispe, & Nogueira, 2016).

En el caso de México, el emprendimiento es uno de los indicadores de bienestar social en mujeres universitarias. Para generar emprendimiento se deben impulsar las competencias que capaciten para convertirse en empleadoras (Torres, 2016).

Las tasas de emprendimiento en México se han duplicado en los últimos años en todos los grupos de edad. La tasa de actividad emprendedora temprana (TEA) se duplicó para cada rango; el mayor incremento fue para el grupo de 25 a 34 años, cuya tasa pasó de 11% a 27% en el periodo 2011–2015. Los niveles de emprendimiento se incrementaron también para el grupo de mayor edad, al pasar de 6% a 15%. Se observa una tendencia positiva que se traduce en un mayor emprendimiento en toda la población, además se ha registrado un cambio en el grupo con la mayor tasa de emprendimiento en cada periodo. En 2011, la mayor tasa se dio en el grupo de 35 a 44 años, pero para 2015 el grupo con la mayor incidencia fue el de 25 a 34 años (Naranjo, Campos, & López, 2016).

Gran parte de la riqueza generada en México ha sido impulsada por la contribución de los emprendedores en la economía del país, México actualmente es considerado como un país cuya economía es basada en la eficiencia. El tamaño del mercado es un atributo que permite al país ser atractivo para el emprendimiento, ya que existe un elevado nivel de consumo interno, sin embargo el país se ve afectado por los altos índices de corrupción que presenta en la actualidad, lo que en ocasiones resulta un obstáculo para el emprendimiento (González, 2012).

En México se ha tenido un crecimiento significativo en los últimos cinco años en materia de emprendimiento, esto como respuesta a las nuevas políticas que han dinamizado el ecosistema emprendedor y el trabajo realizado por instituciones como la Red de Apoyo para Empresarios o el Observatorio Nacional de Emprendimiento que han permitido el posicionamiento del país dentro de los cuatro países de América Latina más importantes en materia de emprendimiento (Imagen, 2017).

El emprendimiento es una decisión individual que se toma de acuerdo con las percepciones que tienen los individuos tanto de sí mismos como de su entorno, considerando desde su experiencia más cercana de conocer otros emprendedores personalmente y ver casos de éxito en los medios, hasta sus percepciones del entorno macroeconómico y el desempeño futuro de la economía. El contexto que percibe el individuo se convierte en un potenciador o inhibidor de los niveles de emprendimiento en el país (Naranjo, Campos, & López, 2016).

Clasificación del emprendimiento

Algunos autores clasifican el emprendimiento en tres tipos: emprendimiento empresarial, en el cual la motivación principal es de carácter económico; el emprendimiento social; mediante el cual se da respuesta a necesidades de la sociedad promoviendo y sosteniendo valores, así como poner al servicio de la sociedad capacidades y recursos y finalmente el emprendimiento público que es una iniciativa con motivación política que busca transferir la cultura empresarial en el sector público (Sánchez & Pérez, 2015).

Otros autores incluyen el emprendimiento estratégico: que consiste en el desarrollo de acciones para la creación de riqueza, que incluye seis dominios en los que existe el vínculo entre la estrategia y el emprendimiento: innovación, canales organizacionales, internalización, aprendizaje organizacional, equipos gerenciales y de gobernanza y, por último, crecimiento, flexibilidad y cambio.

El emprendimiento estratégico se realiza en cuatro etapas o secciones, ya que primero existe la mentalidad emprendedora en conjunto con los elementos clave, como las oportunidades, alertas, opciones reales y el marco emprendedor, la segunda etapa referente a la cultura emprendedora y liderazgo emprendedor como aspectos vitales del emprendimiento estratégico, en la tercera etapa se incluyen los recursos organizacionales, proveedores estratégicos y en la cuarta sección se incluye la aplicación de la creatividad y la innovación, práctica de liderazgo emprendedor, así como de la administración estratégica de los recursos de la organización (Ramírez, Rodríguez, & Licona, 2017).

Proceso de emprendimiento

El proceso de emprendimiento cuenta con tres etapas; la gestación del proyecto empresarial, la puesta en marcha y la etapa de desarrollo inicial de la empresa.

1. Etapa de gestación del proyecto empresarial: en esta etapa se incluyen la adquisición de motivación y de las competencias para ser emprendedor. Se considera a la experiencia laboral como una fuente importante de adquisición de las competencias necesarias para emprender, debido a que muchas nuevas empresas generaron redes personales y contacto con otras empresas a partir de una relación laboral previa.

2. Etapa de puesta en marcha: en esta etapa el emprendedor debe evaluar factores económicos entre los que se encuentran las fuentes de financiamiento principales y los factores no económicos tales como; información, tecnología y otros recursos físicos.
3. Etapa de desarrollo inicial: comprende el ingreso al mercado, el nivel de competencia percibido por el emprendedor, generalmente las nuevas empresas presentan dificultades en sus primeros años en las áreas de marketing, en la administración de flujo de caja así como; medidas de financiamiento (Ramírez, Rodríguez, & Licona, 2017).

Factores que potencian el emprendimiento

Cultura: En lo que respecta a la cultura se espera que la motivación de emprender sea mayor si la actividad emprendedora es considerada como aceptable o deseable en la sociedad en la que se desenvuelve el individuo, si es aceptada, valorada o incluso admirada, por el contrario actitudes como temor al fracaso y aversión al riesgo inhiben a posibles emprendedores que desean poner en marcha una actividad económica.

Formación: Por otra parte la formación es considerada como un factor importante al momento de emprender, en la actualidad existe un consenso acerca del emprendimiento en el sentido de que es una habilidad que puede aprenderse, la formación contribuye a la creación de la cultura emprendedora, misma que debe empezar en la escuela y por los más jóvenes y para aquellos que están involucrados en la enseñanza a nivel superior a través de la vinculación con las empresas y las prácticas en las mismas.

Financiación: Otro elemento clave en el emprendimiento ya que el capital es esencial para poner en marcha una empresa y las limitaciones financieras excluyen a quienes no disponen de los fondos necesarios (Sánchez & Pérez, 2015).

Autoeficacia

Este concepto es definido como la percepción personal, de qué tan bien un individuo puede ejecutar cursos de acción requeridos para enfrentar situaciones prospectivas. De la misma forma se refiere a la capacidad generativa en la que las subhabilidades cognitivas, sociales, emocionales y conductuales deben ser organizadas para servir a diversos propósitos. Aquellos individuos que se perciben como auto eficaces enfocan sus esfuerzos en la tarea desempeñada, misma que bien ejecutada producirá resultados exitosos, por el contrario quienes perciben una baja autoeficacia cesan en sus esfuerzos de manera temprana, fallando en la tarea (Hernández & Mendoza, 2011).

Autonomía

Un individuo es autónomo al dictar las propias normas, en la medida en que no se necesita de instancias reguladoras para hacer las cosas, se fundamenta en el respeto a la libertad, la autonomía se alcanza con el tiempo (Mazo, 2012).

Innovación

La innovación se refiere al conjunto de competencias personales y empresariales que un individuo aplica en el desarrollo de nuevos productos, servicios, procesos y organizaciones que satisfacen necesidades, la implementación de estos, es lo que diferencia la innovación de la creatividad (Auletta & Ojeda, 2014).

Locus de control

Este concepto hace referencia al grado en el que un individuo percibe el control de su vida y los acontecimientos que influyen en ella. Constituye una expectativa o creencia relacionada con la previsibilidad y estructuración del mundo (Casique, 2007).

Motivación de logro

Se define como la tendencia a la ejecución de tareas de forma adecuada, que implican competencia con una norma de excelencia siendo la ejecución evaluada por el individuo o por otros, como exitosa o como un fracaso (Manassero & Vazquez, 1998). Existe un consenso en relación con los tres determinantes principales de la motivación de logro, donde los procesos- motivacionales depende de: 1) la emergencia de las percepciones de habilidad y desafío; 2) los cambios evolutivos en el procesamiento o integración de información relevante para estos conceptos, y 3) los factores de socialización que afectan a tales procesos. La motivación de logro ha evolucionado desde McClelland, se ha incorporado nuevos preceptos para adaptarse al creciente volumen de datos empíricos. Además, orientación al logro ha cambiado, pasando de un énfasis en las motivaciones inconscientes hacia un énfasis en la búsqueda activa, considerándose los elementos cognoscitivos sobre el logro como fundamentales para obtener las metas planeadas. Así, desde la perspectiva evolucionista, se comprenden los cambios en los procesos de autoevaluación de los adultos a medida que adquieren nuevas destrezas. Reconociendo tres modificaciones: de conceptos conectados a la orientación al logro, del procesamiento de información y de la experiencia social (Ruble, 1984).

Optimismo

Los investigadores han encontrado que los empresarios son más optimistas que aquellos que trabajan como empleados, otros autores han encontrado que un optimismo elevado puede relacionarse con un desempeño negativo y por otra parte se ha encontrado que el optimismo empresarial está asociado positivamente con el juicio de los emprendedores y la toma de decisiones en su empresa (Chen, Zhou, Yang, Boa, & Wang, 2017).

Tolerancia al estrés

Debido a que el ámbito empresarial es percibido como un ambiente estresante, es importante su estudio, como rasgo de la actitud emprendedora. Desde la perspectiva psicológica los autores mencionan la percepción personal de un estímulo como estresante y los recursos individuales con que la persona cuenta, es decir cómo los pensamientos condicionan tanto la respuesta fisiológica como la propia conducta. Otros autores mencionan que existe una relación positiva entre la tolerancia al estrés y la creación empresarial (Suárez, 2015).

Toma de riesgo

Se refiere a la tendencia y disposición de las personas a asumir ciertos niveles de riesgo que permitan alcanzar una meta que presenta mayores ganancias que las posibles pérdidas, supone además una de las características específicas de la personalidad emprendedora (Suárez, 2015).

Metodología

Enfoque de la investigación

La investigación realizada es de alcance descriptivo con enfoque cuantitativo. Ya que mediante el estudio descriptivo se especifica propiedades y características del fenómeno que se analiza, así como la descripción de tendencias de un grupo o población. Por otra parte el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, mediante la medición numérica y el análisis estadístico, lo que permite establecer patrones de comportamiento (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014).

Diseño del estudio

Esta investigación se realizó mediante un diseño no experimental, transversal. No se manipularon las variables de estudio, y estas mismas fueron analizadas en un periodo determinado, durante los meses agosto- octubre de 2017.

Selección de la muestra

En este apartado, se realizó un muestreo aleatorio simple en el que se incluyeron 54 alumnos de las licenciaturas de Ciencias Económico-Administrativas, de una universidad pública del estado Tabasco, 33 mujeres y 21 hombres, 38 del séptimo semestre en adelantes, 26 trabajan, 49 solteros, 4 tienen hijos y 6 fueron madres solteras.

Instrumento

El instrumento utilizado en esta investigación fue el Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora (Pedrosa, Suárez-Álvarez, García-Cueto, & Muñiz, 2016). El cual tiene la finalidad de evaluar los rasgos de personalidad y actitudes asociados al emprendimiento, en ocho dimensiones: Autoeficacia, Autonomía, Innovación, Locus de Control, Motivación de Logro, Optimismo, Tolerancia al Estrés y Toma de riesgo. Tiene una escala tipo Likert con 5 niveles, desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

Confiabilidad del instrumento

Para estimar el grado de precisión de las variables se analizó la confiabilidad del instrumento, misma que se calculó con base en el Alfa de Cronbach. El resultado de la prueba de confiabilidad general fue de .981 mismo que indica un nivel de confiabilidad aceptable del instrumento. De la misma forma, se realizó la prueba a cada una de las variables que integran el instrumento de recolección de datos, por medio del Software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 22 (Tabla 1).

Tabla 1. Valores de Alfa de Cronbach de fiabilidad.

Escala General	0.981
Autoeficacia	0.926
Autonomía	0.819
Innovación	0.957
Locus de control	0.865
Motivación de logro	0.981
Optimismo	0.857
Tolerancia al estrés	0.469
Toma de riesgo	0.934

Fuente: Elaboración propia.

Resultados de la investigación

Los resultados de la investigación se presentan mediante el análisis descriptivo de las variables de investigación. Para el análisis descriptivo se presentan las tablas de frecuencia; así como, las gráficas de análisis de las variables.

Análisis descriptivo de los datos obtenidos

Respecto a los datos obtenidos se encontró que la variable locus de control presentó la media más alta respecto a las demás variables analizadas, lo que indica que la muestra estudiada percibe el control de su vida e identifica cuales son los acontecimientos y los elementos que influyen en ella, lo que les permite tener un grado elevado de previsibilidad, ante los diversos acontecimientos que se presenten.

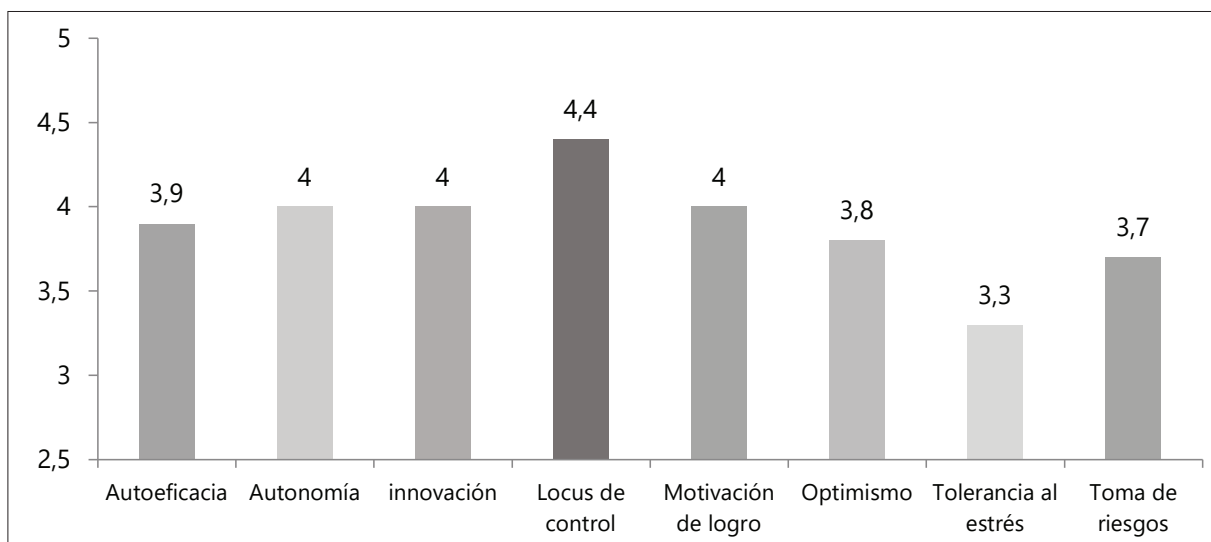
Por otra parte la variable tolerancia al estrés presentó el valor más bajo de 3.3, lo que indica que los estudiantes encuestados presentan dificultades en la forma en que direccionan sus pensamientos ante una situación que es percibida como estresante, ya que la tolerancia al estrés está relacionada con la percepción personal de un estímulo como estresante y los recursos individuales con que la persona cuenta (Suárez, 2015).

Tabla 2. Estadística descriptiva por dimensiones

	Media	Desviación estándar
Autoeficacia	3.9	0.8
Autonomía	4.0	0.8
Innovación	4.0	0.9
Locus de control	4.4	0.8
Motivación de logro	4.0	0.9
Optimismo	3.8	0.9
Tolerancia al estrés	3.3	0.6
Toma de riesgos	3.7	1.0
Media total	3.9	0.8

Fuente: Elaboración propia

Figura 1. Medias por dimensiones.



Fuente: Elaboración propia.

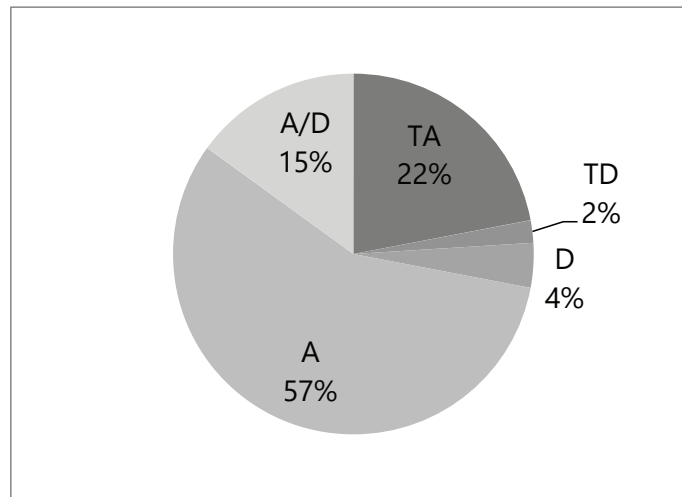
Análisis descriptivo por dimensiones

Autoeficacia

Respecto a la autoeficacia se observó que cerca del 80% de los alumnos encuestados presenta rasgos relacionados con esta dimensión, la mayoría de los encuestados enfocan sus esfuerzos de manera adecuada en la tarea que desempeñan. El 20% restante mostró

un bajo nivel de autoeficacia, lo que indica que cesan en sus esfuerzos realizados de manera temprana (Hernández & Mendoza, 2011).

Figura 2. Resultados de la dimensión autoeficacia.

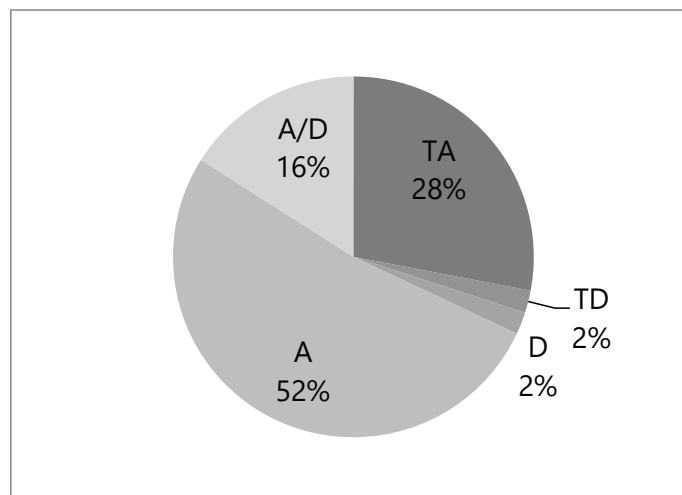


Fuente: Elaboración propia.

Autonomía

Por otra parte en la dimensión autonomía los resultados obtenidos demuestran que el 80% de los alumnos participantes en la investigación poseen rasgos característicos de las personas autónomas, definiéndose a sí mismos como personas independientes, capaces de organizar su tiempo, tomar decisiones y ser responsables de sus acciones. Un 16% manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que refleja que no identifican adecuadamente este rasgo fundamental en el emprendimiento, el 4% restante de los encuestados tuvo un nivel bajo en cuanto a los rasgos que definen la variable autonomía.

Figura 3. Resultados de la dimensión autonomía.

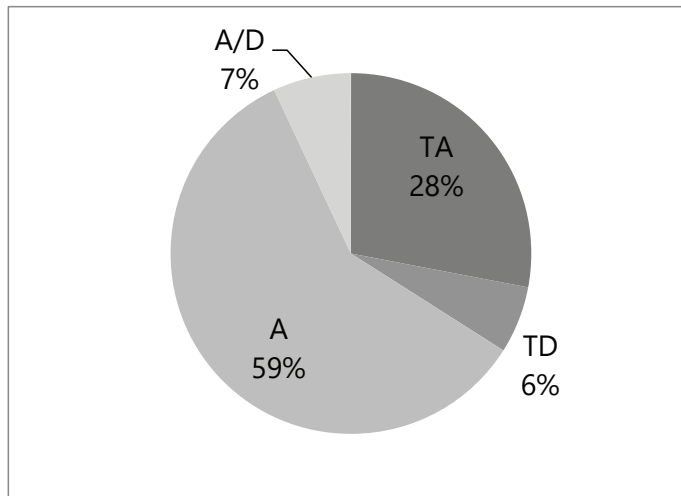


Fuente: Elaboración propia.

Innovación

De acuerdo a los resultados obtenidos cerca del 90% de los alumnos encuestados poseen rasgos innovadores, expresaron su afinidad con el desarrollo de nuevas ideas y formas de trabajo, proponiendo soluciones diferentes a las problemáticas que se presentan. El 10% restante presentó un nivel bajo en este rasgo.

Figura 4. Resultados de la dimensión innovación.

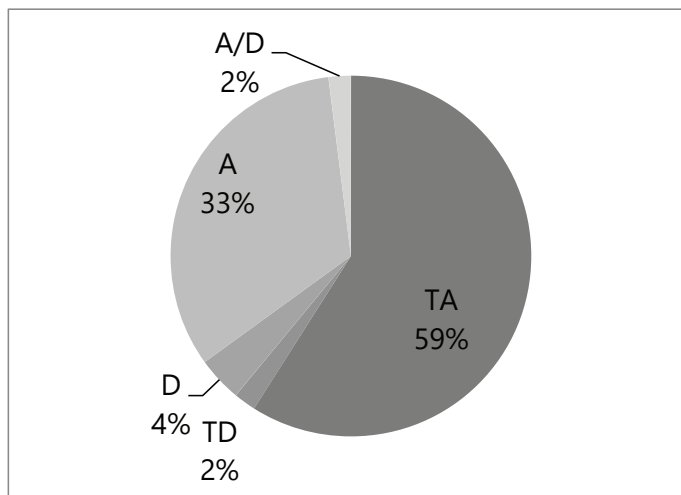


Fuente: Elaboración propia.

Locus de control

En lo que respecta a la variable locus de control un poco más del 92% de los alumnos que participaron en la investigación presento un alto nivel de rasgos característicos de esta variable, asumiendo que sus éxitos o fracasos son el resultado del esfuerzo propio que se ha realizado, es decir la mayoría de los participantes percibe el control de su vida.

Figura 5. Resultados de la dimensión locus de control.

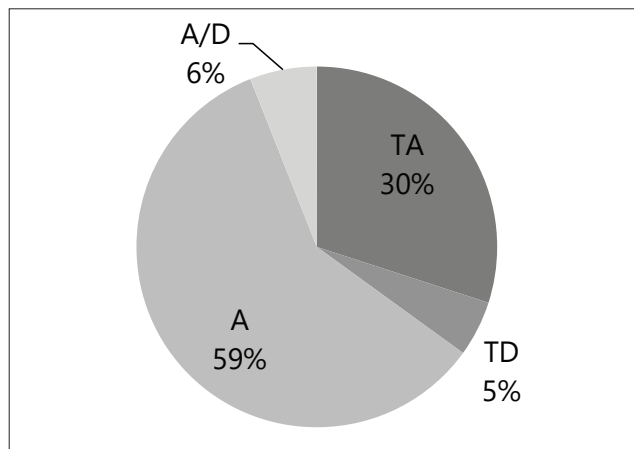


Fuente: Elaboración propia.

Motivación de logro

Respecto a la motivación del logro se observó que, aproximadamente el 90% de los alumnos presenta actitudes y rasgos relacionados con la motivación de logro, es decir los alumnos son persistentes en el cumplimiento de objetivos ante las dificultades que se presenten, tienen la capacidad de asumir responsabilidades, los retos son una motivación para ellos, se comprometen a terminar aquellas tareas que comienzan. El 10% restante de los alumnos presentó niveles bajos de los rasgos y actitudes que corresponden a esta variable.

Figura 6. Resultados de la dimensión motivación de logro.

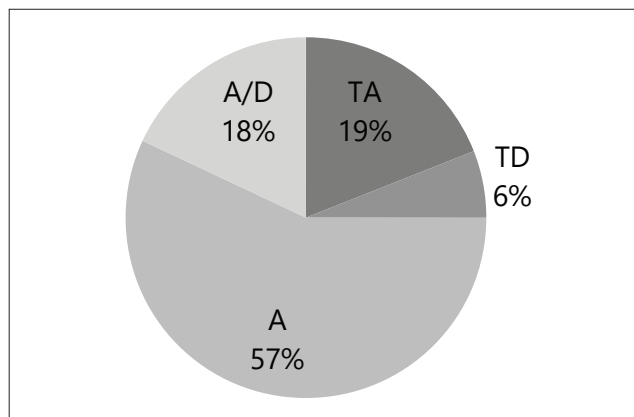


Fuente: Elaboración propia.

Optimismo

En cuanto a la variable optimismo cerca del 75% de los alumnos encuestados mostró rasgos y actitudes optimistas, tales como el análisis positivo de lo que sucede en el entorno, asumiendo el logro de las metas fijadas, entre otros. En el 25% restante se observó un nivel bajo de los elementos de la variable optimismo.

Figura 7. Resultados de la dimensión optimismo.

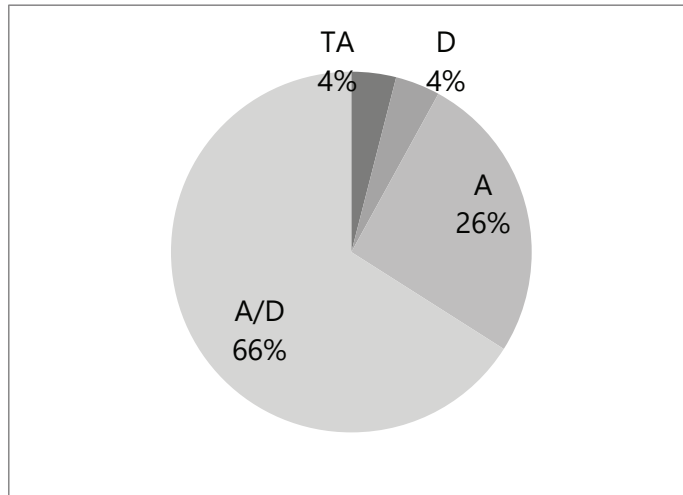


Fuente: Elaboración propia.

Tolerancia el estrés

De acuerdo a los resultados obtenidos, respecto a la variable tolerancia al estrés se observó que el 30% de los alumnos encuestados presentó rasgos característicos de la tolerancia al estrés, un 66% expresó no estar de acuerdo ni en desacuerdo, es decir un alto porcentaje de los alumnos carece de rasgos y actitudes que les permitan tolerar situaciones de estrés.

Figura 8. Resultados de la dimensión tolerancia al estrés.

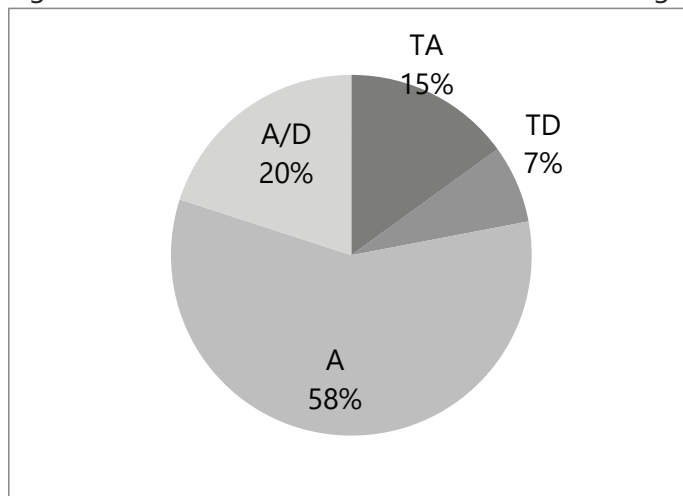


Fuente: Elaboración propia.

Toma de riesgo

Respecto a la variable toma de riesgo más del 70% de los alumnos encuestados presenta características relacionadas con esta variable, asumen ciertos niveles de riesgo para alcanzar una meta determinada; el 30% restante demostró un nivel bajo de factores relacionados con la toma de riesgos.

Figura 9. Resultados de la dimensión toma de riesgo.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

El emprendimiento es considerado un factor fundamental en el desarrollo económico de un país, por ello resulta necesario implementar acciones que fomenten el emprendimiento, tanto a nivel gobierno, como se ha venido realizando en los últimos años en México, y por otra parte las instituciones educativas tienen un papel importante en el desarrollo del emprendimiento en los jóvenes. Todo lo anterior contribuye al crecimiento y a la generación de empleo de la población.

La presente investigación identificó ocho rasgos o actitudes que deben poseer los emprendedores, que comprenden autoeficacia, autonomía, innovación, locus de control, motivación de logro, optimismo, tolerancia al estrés y toma de riesgo. De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación, se identificaron aquellos rasgos que se presentan en mayor medida en los alumnos participantes, así como aquellos rasgos que deben desarrollarse en los alumnos, se observó una media de mayor a cuatro en los rasgos de autonomía, motivación, locus de control e innovación.

Respecto a los rasgos de autoeficacia, toma de riesgos, optimismo y tolerancia al estrés los alumnos presentaron un nivel menor a cuatro, lo que indica que presentan en menor medida estos rasgos, en particular la tolerancia al estrés; que presentó una media de 3.3 los alumnos que participaron presentaron en menor medida este rasgo; tomado en cuenta que el ambiente empresarial es considerado estresante, es importante incrementar este nivel en los alumnos enfocando la formación en el desarrollo de habilidades como eficacia, toma de riesgo y la tolerancia al estrés, entre otros más que de acuerdo a los autores se encuentran relacionados con las personas emprendedoras.

Bibliografía

- Auletta, N., & Ojeda, E. (abril-junio de 2014). Desafíos de la innovación empresarial en América Latina. *Debates IESA*, 2, 10-15.
- Casaqui, V. (2017). CASAQUI, V. (2017). Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica. (Portuguese). *Chasqui*, 299-313. CASAQUI, V. (2017). Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica. (Portuguese). *Chasqui* (13901079), (134), 299-313., 13901079(134), 299-313.
- Casique, A. (enero-junio de 2007). El locus de control. *Revista Panorama Administrativo*, 1(2), 193-202.
- Chen, Y., Zhou, X., Yang, G., Boa, J., & Wang, G. (2017). Social Networks as Mediator in Entrepreneurial Optimism and New Venture Performance. *Social Behavior and Personality*, 45(4), 551-562.
- González, M. D. (2012). El estudio del emprendimiento en México. Retos de las ciencias administrativas desde las economías emergentes: Evolución de sociedades. .

- Hernández, M., & Mendoza, J. T. (2011). Autoeficacia en la sucesión de empresas familiares. Xalapa, Veracruz: Fundación para la educación Superior Internacional AC.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Imagen, D. e. (junio de 2017). En México el emprendimiento sí crece y estas son las razones. Obtenido de Dinero en Imagen.
- Manassero, A., & Vazquez, Á. (1998). Validación de una escala de motivación de logro. *Psicothema*, 10(2), 333-351.
- Mazo, H. (2012). La autonomía: Principio ético contemporáneo. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 3(1), 115-132. Recuperado el 2017
- Naranjo, E., Campos, M., & López, L. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional 2015- 2016 México. Tecnológico de Monterrey. Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera.
- Padilla, M., Quispe, A., & Nogueira, D. H. (1 de Enero - abril de 2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Ingeniería Industrial*, XXXVII(1), 91-103.
- Pawitan, G., Nawangpalupi, C., & Widyarini, M. (2017). Understanding the Relationship Between Entrepreneurial Spirit and Global Competitiveness: Implications for Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 18(S2), 261-278.
- Pedrosa, I., Suárez-Álvarez, J., García-Cueto, E., & Muñiz, J. (2016). A computerized adaptive test for enterprising personality assessment in youth. *Psicothema*, 28(4), 471-478. doi:doi: 10.7334/psicothema2016.68
- Ramírez, K., Rodríguez, J. C., & Licona, Á. (julio-diciembre de 2017). Perspectivas del emprendimiento en la economía de China. *Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 11(22), 71-92.
- Ruble, D. (1984). Teorías sobre la motivación de logro: perspectiva evolutiva. *Infancia y Aprendizaje*, 15-30.
- Sánchez, L., & Pérez, E. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(84), 35-62. Recuperado el octubre de 2017
- Suárez, J. (2015). Evaluación de la Personalidad Emprendedora. Oviedo, España: Universidad de Oviedo. Obtenido de http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/37387/1/TD_JavierSuarezAlvarez.pdf
- Tomazzoni, E., & Tavares, J. (2014). Emprendedurismo y Gestión de Recursos Humanos en la Hotelería de Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 547-565.

Torres, M. (2016). Emprendedurismo ético en jóvenes universitarias: Caso México. *Opción*, 32(13), 864-878. Obtenido de Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048483041>

Viera, A., Pérez, A., & Paredes, M. (2008). La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. . *Pensamiento & Gestión*, 43-62.

Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia?

Alfonso Muñoz Güemes, Flavio Hernández Hernández,
Rosalinda del Carmen Jasso Castillo

Resumen

Cuando se habla en términos generales acerca de la situación económica de México en el escenario global, se hace referencia a una posición de gran alcance en el posicionamiento de las exportaciones mexicanas en los diferentes mecanismos comerciales de los que el país forma parte. Generalmente, los analistas económicos y sobre todo la clase política nacional, refieren que la economía mexicana se encuentra entre las quince economías más globalizadas y desarrolladas por el comercio de sus insumos para las cadenas de valor transnacionales. Sin embargo, cuando se hace un examen de la planta productiva nacional a nivel micro regional, se encuentra una tendencia a la producción orientada a la exportación vía Acuerdos Comerciales Internacionales; y muy poco desarrollo de las cadenas de valor en ecosistemas de negocios entre micro empresas (MIPYMES) y pequeñas y medianas empresas (PYMES); las cuales por definición estarían creando empleos directos con prestaciones de ley, desarrollando la actividad comercial de esas micro regiones a partir del estímulo de la producción con alcance regional y micro regional.

En esos ecosistemas de negocios locales y regionales, es en donde deberían estarse creando cadenas de micro y pequeñas empresas que generen los empleos y crecimiento económico que fomenten el desarrollo del país, fortaleciendo las pequeñas economías municipales. Precisamente este entorno de negocios, en el que los jóvenes egresados de las universidades deberían estar creando sus planes de negocio para implementar nuevas empresas micro, pequeñas y medianas para ayudar al crecimiento económico de la región. Sin embargo, los datos observados nos muestran que esto no se lleva a cabo, y por el contrario, prevalece una cultura de la dependencia laboral en sectores públicos, dentro de las burocracias municipales; o bien, desempeñándose como empleados de empresas medianas que se establecen en la región huasteca de San Luis Potosí.

De esta condición se hablará en las siguientes páginas de este ensayo analítico que sustenta la información de un cuestionario que se aplicó en la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca (UAM ZH), de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), entre 450 alumnos de cinco licenciaturas diferentes: Licenciatura en Administración; Licenciatura en Contador Público; Licenciatura en Gestión y Políticas Públicas; Licenciatura en Derecho; Licenciatura en Arquitectura.

La encuesta que se aplicaron es la siguiente: Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora en la UAM ZH.¹

Del análisis estadístico derivado de este instrumento, así como del análisis de datos económicos regionales y sectoriales (CANACO Ciudad Valles; INEGI; SAGARPA; Gobierno del estado; Gobiernos Municipales; entre otras fuentes), se obtuvo el grueso de los datos que sustentan el análisis que se presenta en este documento.

Palabras Clave: Cultura emprendedora; micro y pequeñas empresas; desarrollo económico regional.

Abstract

When speaking in general terms about the economic situation of Mexico in the global scenario, a reference is made to a position of a great reach in the positioning of Mexican exports in the different commercial mechanisms of which the country is part of. Generally economic analysts and especially the national political class, refer that Mexican economy is among the fifteen most globalized and developed because of the trade of its inputs for transnational value chains. However, when an examination of the national productive plant is made at a micro regional level, there is a trend towards export-oriented production via International Trade Agreements; and very little development of the value chains in business ecosystems between micro-enterprises (MSMEs) and small and medium-sized enterprises (SMEs); which by definition would be creating direct jobs with law benefits, developing the commercial activity of these micro regions from the stimulation of production with regional and micro scope.

In these local and regional business ecosystems, it is where chains of micro and small-sized enterprises that generate jobs and economic growth should be created to encourage the development of the country, strengthening the small municipal economies. Precisely this business environment, in which young graduates of universities should be creating their business plans to implement new micro, small and medium-sized enterprises to help the region's economic growth. However, the observed data shows that this is not being carried out, and on the contrary, a culture of labor dependence prevails in public sectors, within the municipal bureaucracies; or working as employees of medium-sized companies that are established in the Huasteca region of San Luis Potosí.

This condition will be discussed in the following pages of this analytical essay that supports the information of a questionnaire that was applied in the Zona Huasteca Multidisciplinary Academic Unit (ZH MAU) of the Autonomous University of San Luis Potosí, among 450 students of five different degrees: Degree in Administration; Degree

¹ Este test tuvo la finalidad de evaluar rasgos de personalidad y actitudes asociadas al Emprendedurismo. Aplicado aleatoriamente entre alumnos de los últimos semestres de las carreras señaladas.

in Public Accountant; Degree in Management and Public Policies; Law Degree and Architecture degree.

The applied survey is the following: Adaptive Test for the Evaluation of the Entrepreneurial Personality in the ZH MAU.

From the statistical analysis derived from this instrument, as well as from the analysis of regional and sectorial economic data (CANACO Ciudad Valles; INEGI; SAGARPA; State Government; Municipal Governments; among other sources), the bulk of data that supports the analysis presented in this document was obtained.

Key Words: Entrepreneurial Culture; micro and small-sized enterprises; regional economic development.

Antecedentes

Cultura empresarial y desarrollo económico en la Huasteca Potosina

Este apartado inicial tiene por objetivo presentar al lector que no está familiarizado con la Huasteca Potosina un panorama breve (no pretende ser una historia económica de la región), de la situación productiva y comercial de los veinte municipios que la conforman, haciendo especial énfasis en el municipio Ciudad Valles, en el que se ubica la Unidad Académica en la que se llevó a cabo el estudio. Esto se ha considerado pertinente, toda vez que una de las principales conclusiones a las que se llegó, es que hay un fuerte componente actitudinal en los jóvenes que egresan, relegando las iniciativas de crear empresas formales, a otras personas o compañías que llegan a la región. Es decir, existe la perceptible propensión a no emprender por factores emocionales y subjetivos (miedo al fracaso, temor al cambio, no asimilación del proceso de maduración emocional por la dependencia al nicho familiar y por mantener una posición en zonas de confort que implican alargar el período de estancia en la casa de los padres); por otro lado, existe una tendencia social a que los ejidatarios y los grupos de productores agrícolas prefieren mantener una posición de dependencia hacia las instancias gubernamentales que les ofrecen subsidios para mantener un estado de equilibrio basado en la producción para el auto abasto y la supervivencia mínima de los núcleos familiares, dejando de lado las iniciativas individuales y/o colectivas para crear micro empresas agro ganaderas que les permitan participar de cadenas productivas que generen valor agregado.

Este último párrafo sintetiza lo que se considera como "el modelo cultural de dependencia" tanto de los jóvenes universitarios recién egresados, como de los productores agro pecuarios regionales, que con base en sus percepciones subjetivas evalúan la posibilidad de emprender negocios considerando como mejor opción u "opción cero riesgo", el dedicarse a trabajos como empleados o como receptores de créditos a fondo perdido y/o subsidios gubernamentales. Además de esto, se ha encontrado en la región

una fuerte tendencia por no iniciar proyectos productivos y/o comerciales en formatos de negocio dados de alta en la Secretaría de Hacienda; que generen cadenas de valor y empleos formales, para mantener pequeños y micro negocios informales sin ningún Plan de Negocio que implique todo el proceso de las empresas legalmente constituidas.

Es decir, que tanto a nivel de los jóvenes egresados de las diferentes carreras, como de los productores regionales, existen fuertes inercias que les hacen preferir mantenerse en zonas de confort (a pesar de la precariedad de los pequeños micro negocios familiares informales); lo que en conjunto le da una característica de falta de desarrollo económico y cero surgimiento de nuevas cadenas de valor en ecosistemas de negocios regionales que creen trabajo formal bien remunerado y activen las cadenas de negocios entre pequeñas empresas.

El otro factor importante, es que Ciudad Valles es el segundo núcleo de población más grande de la entidad, lo que ha convertido a la ciudad en la capital de comercio y servicios para los municipios de la región huasteca. En este orden de ideas es importante mencionar que a pesar de que la cabecera municipal de Ciudad Valles es la segunda en importancia estatal, también es cierto que su tamaño aún la posiciona como municipio semi urbano, con preponderancia de uso de suelo agrícola. Es decir, la región está enmarcada dentro de un sistema de desarrollo productivo agrícola y ganadero, sin que se haya desarrollado nunca hasta la fecha el sector de producción de bienes manufacturados y de valor agregado. Así mismo, cabe mencionar la importancia económica del sector terciario de la economía basado en la gran oferta de tiendas de grandes superficies o supermercados; la gran cantidad de farmacias; tiendas de conveniencia de cadenas transnacionales; tiendas de muebles y línea blanca; tiendas de artículos de oficina y papelería en grandes superficies; además de las franquicias transnacionales de comida rápida y las sucursales bancarias; todo ello sumado a que las dependencias de gobierno federal y estatal se asientan en esta cabecera municipal, convierte a Ciudad Valles en la capital comercial y de servicios de la región.

En este sentido, los sectores económicos en Ciudad Valles que más aportan a la entidad riqueza dineraria son: 1. La agricultura basada en el monocultivo cañero; y 2. La ganadería de vacuno para la exportación; 3. En el sector de la transformación minera se encuentran las dos plantas de la empresa CEMEX .S.A. de C.V.; 4. Las empresas comerciales nacionales e internacionales de supermercados; tiendas de conveniencia de empresas transnacionales; cadenas de farmacias y restaurantes de comida rápida transnacionales; hotelería y restaurantes locales.

Antes de finalizar esta sección es importante mencionar algunas características del sector primario regional, ya que muy probablemente ahí se encuentra unos de los factores causales que ha determinado que en la región no se desarrollen nuevos negocios por parte de los egresados de la UAM ZH.

Enclavados en los veinte municipios de la huasteca potosina se encuentran cuatro ingenios azucareros pertenecientes a diferentes empresas y cooperativas productoras. Dos de estos ingenios que son los más cercanos a Ciudad Valles (Ingenio Plan de Ayala y el ingenio Plan de San Luis), son los principales acopiadores de la caña de azúcar que producen una gran cantidad de pequeños agricultores que agrupados en asociaciones gremiales (CNOP y CTM), venden a precios pactados su producto en bruto, siendo la empresa productora del azúcar la que le da el valor agregado. Para esta última temporada de zafra se obtuvo del dato de que la tonelada de planta cortada se vende al ingenio en \$ 680.00 (seis cientos ochenta pesos), mientras que el ingenio vende la tonelada de azúcar a unos \$12,450.00 (doce mil cuatrocientos cincuenta pesos), lo que implica una ganancia de más del 700%; lo que resalta es que los productores cañeros agrupados en estas asociaciones gremiales no son quienes hacen las labores agrícolas, sino los peones indígenas de la zona, que venden su fuerza de trabajo como cortadores del pasto gigante a destajo, ganando solamente uno o dos salarios mínimos por jornada de trabajo. Datos de SAGARPA para la última zafra del año 2017, indican que el valor total de producción de este producto primario ascendió a \$ 4, 700,00.00 (cuatro mil setecientos millones de pesos); esta cadenas genera casi 12,500 (doce mil quinientos), empleos directos. Por su parte, el sector pecuario de vacuno de las dos empresas mencionadas genera alrededor de 5 mil empleos directos y unos 3 mil indirectos. Como puede verse, estos dos ramos agropecuarios son los principales productores económicos de la región y de la entidad, en su especialidad.

El sector productivo cañero es fuertemente controlado por organizaciones político - gremiales, que pactan con las empresas precios, y a pesar del bajo costo del pasto en pie, los dueños de los predios queman la caña para recibir subsidios por siniestralidad. Es decir, es un modelo de negocio que controla todo el proceso, en el que han creado fuertes intereses económicos y políticos que no permite la participación de nuevos productores (la tierra ya está fraccionada y repartida en la región, por lo que solamente se puede acceder a las organizaciones gremiales mediante compra de predios y membresías a altos costes). Finalmente, en lo referente a este sector, se sabe que los ingenios tienen pactados con las dos mayores empresas refresqueras transnacionales que operan en el país su producción, por lo que el mercado ya está acaparado por ese otro eslabón de valor agregado que saca de la región toda ganancia posible.

En lo que se refiere al producto cárnico de bovino, sucede algo muy similar. En el municipio Tamuín que colinda con Ciudad Valles, se encuentran ubicadas las mayores empresas del sector en la entidad, y que además son de las empresas más productivas a nivel nacional. Las empresas Gusi Carnes, S.A. de C.V. y Praderas del Río S.A. de C.V., han dedicado gran parte de los últimos años a comprar predios de ejidatarios del municipio y lugares circunvecinos, para sembrar los pastos forrajeros con los cuales llevar a cabo la engorda de las reses antes de entrar al rastro TIF (rastro Tipo Inspección Federal). Estos productores de pastos nos son ejidatarios sino agricultores que trabajan para las empresas que tienen pactados los precios, y en algunos casos utilizan los predios para

llevar a pastar al ganado más joven mientras alcanza talla y peso para pasar al rastro.

Las empresas de carne citadas están orientadas hacia la exportación en mercados asiáticos principalmente, por lo que muy poco de su producción se vende en sus propias carnicerías y no concurre a los supermercados regionales. Nuevamente la región es productora del insumo que será llevado a cadenas comerciales fuera de la generación de riqueza para los habitantes de estos municipios.

Las empresas dominantes en el sector agropecuario de la región son altamente contaminantes, ya que sus prácticas productivas se basan en un consumo alto de agua, deforestación progresiva para aumentar áreas de cultivo cañero y de pastizales; así como en la emisión constante de gases de efecto invernaderos (GEI), como el gas metano (CH₄), y dióxido de carbono (CO₂), ambos emitidos en grandes concentraciones durante todo el año. El gas metano se produce en concreto diariamente en muy altas concentración por el estiércol del ganado. Mientras que el dióxido de carbono se produce constantemente por la quema masiva del cañaveral previo a la zafra.

Otro problema grave se genera por la huella hídrica de la carne de vacuno, que significa la cantidad de litros de agua potable que se requieren para producir un solo kilo de carne empacada lista para la venta. Según cálculos internacionales, en promedio se requieren 15,500 litros de agua para producir un solo kilogramo de carne de res.² Otros tantos miles de litros de agua se requieren para la producción final de un kilogramo de azúcar granulado para la mesa.

De esta forma, se requiere la creación de nuevas empresas regionales abocadas a proyectos productivos sustentables, generando nuevas cadenas de valor basadas en el procesamiento de los residuos agrícolas para crear energía limpia procesando en bio digestores el estiércol del ganado, utilizando los sobrantes de la caña para alimentar el ganado y evitar la deforestación para sembrar nuevos pastizales. O a través de generar proyectos que procesen los residuos sólidos urbanos para reciclar y fomentar nuevas cadenas de valor agregado. (Muñoz; 2014a)

Estado del Arte

Emprender, iniciar, crear, desarrollar un negocio o empresa es el objetivo que se pretende alcanzar cuando se conforma un proyecto productivo o comercial que implantará una nueva organización cuya vocación será crear riqueza social y contribuir al desarrollo de la economía de una región, de un estado o del país en su conjunto. Esta nueva generación de riqueza económica parte del supuesto que además de retorno de ganancia, quién lo inicie, generará riqueza social al brindar empleos remunerados con prestaciones de ley; involucrando a la empresa en cadenas de valor que robustecerán los ecosistemas de negocios prestando servicios, fabricando insumos o acabando productos manufacturados.

² <http://www.eco-huella.com> consultada el 6 de noviembre de 2017.

Hoy en día, las cadenas de valor no se basan exclusivamente en las manufacturas y transformación de insumos, se basan también en el modelo de economía del conocimiento y se encuentran anclados en la Red Virtual y en plataformas de Internet.

Otra característica que tienen los proyectos de innovación aplicados al desarrollo de nuevas organizaciones comerciales y productivas, tiene que ver con la sustentabilidad. Este aspecto no ha sido lo suficientemente estudiado en México, y aunque ya se mencionó en el apartado previo que representa una necesidad urgente para la región huasteca de San Luis Potosí, no se ha convertido en un nicho de mercado que sea de relevancia para los proyectos emprendedores que se están llevando a cabo. Este hecho llama mucho la atención, ya que los nuevos emprendedores tendrían una gran oportunidad de crear un ecosistema de negocios abocados a la recuperación de residuos sólidos urbanos; a la recuperación de residuos orgánicos resultado de los dos grandes sectores productivos de la región para iniciar nuevos proyectos comerciales y productivos con esos materiales y fortalecer la economía amigable con el medio ambiente. (Muñoz; 2015b).

Esto es de vital importancia para los jóvenes emprendedores de la región, ya que si bien se ha hecho una breve caracterización de los sistemas productivos y comerciales dominantes en la región, también existe una vasta zona de la huasteca conformada por los municipios de huasteca centro y sur, que tienen vocación agro forestal, en los que predominan cultivos de sombra como el café, la vainilla y la producción de miel, que requiere amplias laderas de montaña bien arbolada.

De esta forma, se pueden desarrollar dos modelos productivos y de negocio basados en el concepto de desarrollo económico sustentable, creando empresas amigables con el medio ambiente, unas que provean servicios y elaboren manufacturas basados en el procesamiento de residuos sólidos urbanos y de residuos orgánicos del sector agro industrial; y un segundo modelo de negocio basado en la formación de micro empresas basadas en la producción agro forestal de la región concentradora de la bio diversidad y de los ecosistemas más robustos de la región que se encuentran el Corredor Sierra Madre Oriental (CESMO), que representa un largo corredor de asentamientos humanos distribuidos en las laderas de la Sierra Madre, y que hacen uso de los recursos naturales forestales como principal forma de trabajo económico. (Muñoz; 2015a).

Para sustentar este trabajo de análisis de las características y condiciones del Emprendedurismo, la equidad o igualdad entre géneros y el clima organizacional entre los jóvenes universitarios de la UAM ZH, se llevó a cabo una investigación documental de la cual se presentan solamente algunas ideas principales en cuanto a las definiciones de estos temas.

El emprendedor

¿Qué es un emprendedor? Después de revisar algunos trabajos de diversos autores (Shefsky; 1997), (Anzola; 1997), (DEMAC; 1991), se llega a la conclusión de que no existe una sola definición para este concepto ya que se ha tratado de definir desde diferentes disciplinas concordando en algunos principios o características pero siempre haciendo énfasis en aspectos diversos cada estudio, desde los factores psicológicos y motivacionales, hasta los factores exógenos a los proyectos, como las características de los ecosistemas de negociaciones en los que deberán insertarse.

Desde el punto de vista empresarial citando a Urbano:

“El espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar, y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no solo valor económico sino también social, y no solo para ser propietarios (los emprendedores o empresarios) sino para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores, etc.)” (Urbano; 2008:31)

Algunos autores han definido a la persona que inicia o emprende un negocio como un individuo de cambio, una persona que está en constante innovación y que al hacerlo, crea un valor económico, social y/o ambiental ofreciendo nuevas soluciones en su entorno. Por lo mismo, es apasionado de los riesgos, se atreve a ir por un camino diferente a lo establecido fácilmente, la trascendencia, la innovación, las oportunidades y la ambición son algunas de las palabras que podrían usarse para describir a la mayoría de los emprendedores.

También se puede decir que un emprendimiento se define como la creación de valor a través del desarrollo de una oportunidad de negocio y desembocar en una empresa que a largo plazo centre su actividad en la producción de bienes o la prestación de servicios y genere riquezas colectivas.

Por otro lado, la Escuela Psicológica plantea que “el emprendedor es un individuo con necesidades de cumplimiento, independencia, gusto por el riesgo y sentimiento por controlar su destino”, lo cual es una visión más cognitiva y más personalista basada en las representaciones o pensamientos que el individuo hace de sus comportamientos. (Marulanda, Et Al; 2009: 159).

Analizando esto, un emprendedor es aquel individuo que está motivado a sobresalir de las demás personas, ya que lucha por su idea y está convencido que lograra el éxito pase lo que pase y enfrentándose a toda costa con los retos que se le interpongan en su camino; dentro de sus características se encuentra el deseo de lograr objetivos, ya que el

emprendedor suele parecer a los ojos de los demás como alguien guiado internamente por un imparable deseo de alcanzar sus metas, como alguien que busca su excelencia. Otra de sus características es la autoconfianza, perseverancia y dedicación ya que en su totalidad trabaja para alcanzar el éxito.

Otra de sus características es la energía y diligencia en su actividad como también la capacidad de asunción de riesgos calculados en donde se menciona que los emprendedores de éxito están decididos a perseguir un proyecto y su entorno lo hacen calculando el máximo de los riesgos que podrían enfrentar. Por otro lado y no menos relevante es la capacidad organizativa ya que es sumamente importante gestionar todos los recursos involucrados en el proyecto; se considera asimismo como características fundamentales que le guste confrontar situaciones en las que se convierte en responsable personal del éxito o el fracaso de una operación. Les atrae tener iniciativa para resolver problemas o llenar vacíos de liderazgo; son en definitiva personas orientadas a la acción como el propio término indica. Y el optimismo encaja en las dificultades ya que siempre creen en conseguir el éxito al final del camino. (Bermejo, Rubio & De la Vega; 1994).

Por otro lado, citando a (Sheinberg & MacMillan; 1988), (Birley & Westhead; 1994) y (Westhead & Wright; 1998) citados en (Marulanda, et al, 2009: 160), algunas de las características psicológicas que la literatura propone como básicas para emprender son necesidad de logro, necesidad de independencia y la motivación económica. Lo anterior brinda una preconcepción muy básica acerca del emprendedor, limitándolo a sólo tres campos, sin embargo otros investigadores han intentado definir un perfil psicológico del emprendedor a fin de diferenciarlos de las otras personas a continuación se presentan algunas características que son comunes y que han sido revisadas por los diferentes autores:

Tabla 1. Perfil psicológico de los emprendedores.

Características	Autor año
Deseo de Independencia	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); barredo y Lorens (1993); Collis, Moore y Unwala (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989); García y Wandoseenl (2004); Genesca y Venecia (1984); Jessen y Kolvered (1992); Koh (1996); Martínez, Sánchez y Urbina (1998); Rusque (2002); Sheinberg y Mac Millan (1998); Woo, Cooper y Dunkelberg (1998).
Gusto por riesgo	De Pablo y bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Smith, backerd y Miner (1987).
Elevada necesidad de logro	Anna Chandler, Jansen y Mero (2000); barredo y Llorens (1993); Box White y Barr (1993); Colisn, Moore y Unwala (1964); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Dubini (1988); Jenssen y Kolvered (1992); Jonson (1990); Koh (1990); Koh (1996); McClelland (1968); Rusque (2002); Woo, Cooper y Dunkelberg (1988).

Alta necesidad de competencia	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989).
Preferencia por la innovación	Anna Chandler, Jansen y Mero (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseenl (2004); Jenssen y Kolvered (1992); Smith, Backered y Miner (1987).

Fuente: Fuente : Barbara, V. et. al., 2007.

Como sabemos el emprendedor está lleno de características que lo hacen ser diferente y que lo destacan entre los demás individuos para llevar a cabo su objetivo de realizar una empresa exitosa. El espacio familiar es uno de los principales ámbitos en donde se influye este espíritu emprendedor los modelos familiares influyen positivamente en el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo de acuerdo a la investigación de (Moriano, Paleci & Morales; 2005: 78), quienes citan a (Andreu; 1998); (Brockhaus; 1982), (Hirsch & Brush; 1986), (Katz; 1992), (Roberts & Wainer; 1968), (Sánchez; 2003), (Scherer, Adams & Wiebe; 1989), (Shapero; 1982). Por lo que provenir de una familia con vinculación empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en el mundo de las empresas.

(Moriano, Paleci & Morales; 2005: 79), mencionan que otro de los ámbitos en donde se inicia el espíritu emprendedor es cuando el individuo obtiene experiencia laboral ya que se ha encontrado una relación significativa entre tener específicamente experiencia laboral en una pequeña empresa y el interés de emprender un negocio propio (Matthews & Moser; 1995). De acuerdo a estos mismos autores otro factor que influye es la educación ya que resulta comúnmente asumido que las características personales y las habilidades de los emprendedores pueden ser desarrolladas a través de la educación, de hecho algunas investigaciones sugieren que la conducta emprendedora puede ser estimulada a través de programas formales de educación (Bechard & Toulouse; 1998), (Gorman, Hanlon & King; 1997), citados en (Moriano, Paleci, & Morales; 2005: 80).

Por una parte, la educación para el autoempleo puede incrementar los conocimientos sobre creación y gestión de empresas, y fomentar características personales asociadas con los emprendedores como la motivación de logro, el locus de control interno o la auto eficacia (Bonnett & Furnham; 1991), (Gorman Et Al;1997), (Hansemark; 1998), (Krueger & Dickson; 1994), (Rasheed; 2003) Por otra parte, (Vesper; 1990) señala que la educación formal hacia el autoempleo en la universidad facilita el proceso de creación de empresas porque permite concienciar a los estudiantes de la viabilidad que tiene el autoempleo como salida profesional. De hecho, diferentes estudios han mostrado que este tipo de educación incrementa la actitud positiva hacia emprender como carrera profesional alternativa (Ede, Panigrahi & Calcich; 1998), (Hatten & Ruhland; 1995), (Kourilsky & Walstad; 1998), citados en (Moriano, Paleci & Morales; 2005: 79).

Equidad de Género y emprendimiento:

La importancia de esta breve sección reside en que se encontró a raíz del análisis de los resultados de la encuesta aplicada, que las estudiantes que egresan son más propensas a emprender negocios que los varones. Este dato es relevante, toda vez que los hombres siguen buscando con más frecuencia mantenerse en zonas de confort como empleados de empresas e instituciones; o bien prefieren continuar como pequeños productores agro pecuarios recurriendo a la búsqueda de créditos y subsidios gubernamentales. Así mismo, son más los hombre hijos de familias con negocios que se dedican a la venta y a ser prestadores de servicios de manera informal, quienes prefieren mantenerse en ese estatus económico, sin formalizan ante la Secretaria de Hacienda estas pequeñas y micro empresas familiares. Por ello, es especialmente útil analizar que es el género femenino el que está llevando a cabo la transición entre micro empresas informales, hacia empresas formalizadas que entren en los ecosistemas de negocio formando cadenas de valor agregado.

Para entender que es la equidad de género debemos comprender que el concepto no sólo designa lo que en cada sociedad se atribuye a cada uno de los sexos sino que denuncia esta conversión cultural de la diferencia en desigualdad (Cobo; 1995: 55). La legitimación de la categoría de género ha contribuido a clarificar las relaciones de poder (Ciliberti; 1996), aun cuando su uso entraña el riesgo de la vulgarización, ya que se ha asimilado "género" con mujer y no con relaciones sociales de género. Sin embargo, las reflexiones acerca del género se refieren a las relaciones entre hombre y mujeres y a las construcciones sociales de la femineidad y la masculinidad. Las atribuciones de género son exigentes y opresivas para mujeres y hombres, aun cuando son las mujeres las que han ocupado el lugar de las subordinadas. Consecuentemente, el género es tanto una categoría relacional como una categoría política: "el género es el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder" (Scott; 1990), citado por Ciliberti y tomado de (Messina; 2001).

Ahora bien entendiendo esta parte, los estudios de género en la actualidad tienen cada más mayor relevancia tanto en la sociedad en general, como entre la comunidad científica, la clase política y los diferentes sectores económicos. A continuación se presentan diferentes conceptos, teorías e investigaciones, que resultan relevantes para comprender la inserción femenina en los sectores productivos y comerciales como agentes de emprendimiento y el sector educativo. "Uno de los retos más importantes que enfrentan las Instituciones de Educación Superior (IES) en México, y las de casi todo el mundo, es el de erradicar la desigualdad de género que todavía se manifiesta y reproduce a su interior. Desde sus orígenes, las universidades han sido espacios históricamente desfavorables para las mujeres, quienes durante siglos ni siquiera tuvieron derecho a acceder a este nivel educativo. Por medio de exigencias y luchas continuas, a partir del siglo XIX, las mujeres lograron ingresar a la educación superior, incrementando de forma progresiva su presencia (Alvarado; 2004). Sin embargo, muchas desigualdades

aún persisten; son notables en el ámbito de la profesión académica (nombramientos y promociones), en las evaluaciones y en el otorgamiento de reconocimientos, en el acceso y la permanencia por áreas y disciplinas, así como en ciertas regiones del país (García; 2004). Tampoco es posible olvidar que lamentablemente existen situaciones de acoso, hostigamiento y violencia de género en las IES mexicanas, (Ordorika; 2015), por ello los autores (De Garay & Del Valle; 2011). Arguyen que la diferencia y la desigualdad se viven en diversos espacios sociales, pero es en el espacio doméstico, la institución familiar, donde se crean y recrean con mayor énfasis a través de los roles sexuales que se construyen en la vida cotidiana de los sujetos, por medio de una estructura de tipificaciones que le indican al sujeto quién es y cómo debe actuar frente a situaciones también tipificadas, a la vez que le informan sobre el ser y las acciones de todos aquellos con quienes interactúa. (Serret; 1997).

Además de los entornos familiares y escolares, debemos tomar en consideración los mercados del empleo y los ambientes laborales en los que tradicionalmente se desenvuelven los y las profesionistas, los que sin duda constituyen factores que inciden en las decisiones de las mujeres para estudiar determinadas licenciaturas. Aunque desde 2001 fue decretada la Ley del Instituto Nacional de las Mujeres donde se estipula la observancia en materia de equidad de género e igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, siguen existiendo organizaciones que estipulan en sus perfiles de ofertas laborales la preferencia por los hombres (García; 2002).

Es por ello que para (Bruni, Gherardi & Poggio; 2004), decir espíritu emprendedor es discriminatorio, pues va asociado al género masculino, determinado de manera etnocéntrica (androcéntrica más bien), e ideológicamente controlado por un pensamiento patrimonialista, fenómeno que lamentablemente se repite en muchos países. Estudios efectuados en Estados Unidos han intentado asociar al género con diversas variables. (Swinney, Runyan & Huddleston; 2006), tras analizar datos de pequeños negocios del medio oeste norteamericano, concluyen que los mejores desempeños corresponden a los emprendedores del sexo masculino que tienen por lo menos estudios de nivel medio; mientras que en el caso de las mujeres, se desempeñan mejor las que tienen grados universitarios. (Masters & Meyer 1988) en una investigación con emprendedores estadounidenses de ambos sexos, han determinado que en cuanto a la propensión a tomar riesgos, no hay diferencias entre hombres y mujeres.

En una investigación realizada en Estados Unidos patrocinada por The National Association of Women Business Owners, (Kourilsky & Walstad; 1998) se señala que 71% de los hombres utiliza la lógica para tomar decisiones y el 29% restante la intuición; lo que significa que los hombres lo hacen basados en hechos, no en sentimientos, como lo hacen las mujeres. En otro estudio con emprendedores que asistieron a un curso para pequeños negocios de Gran Bretaña, (Birley, Moss & Saunders; 1987) encuentran algunas similitudes entre hombres y mujeres, como el tiempo que toman para emprender su negocio, ambos se apoyan en su experiencia, educación y acceso a financiamientos para

el arranque. Según (Sánchez; 2003), el nivel de formación de las mujeres empresarias en Andalucía no es muy alto, quedando la mayoría en educación primaria o con estudios superiores. Sus principales obstáculos para crear empresas son el financiero, la falta de una cultura empresarial, falta de formación, el considerar la actividad empresarial una tarea dura y con pocas recompensas y la poca propensión a tomar riesgos.

Discusión

Con el fin de hacer más ágil la exposición de este estudio sobre emprendedurismo y equidad de género entre los estudiantes de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UAM ZH, UASLP), haremos un análisis de los resultados obtenidos de la encuesta³ de manera que contrastaremos las respuestas de los alumnos, con otros datos obtenidos por estos investigadores a lo largo de varios años de estudiar la región en el Cuerpo Académico: "Competitividad Regional Sustentable".

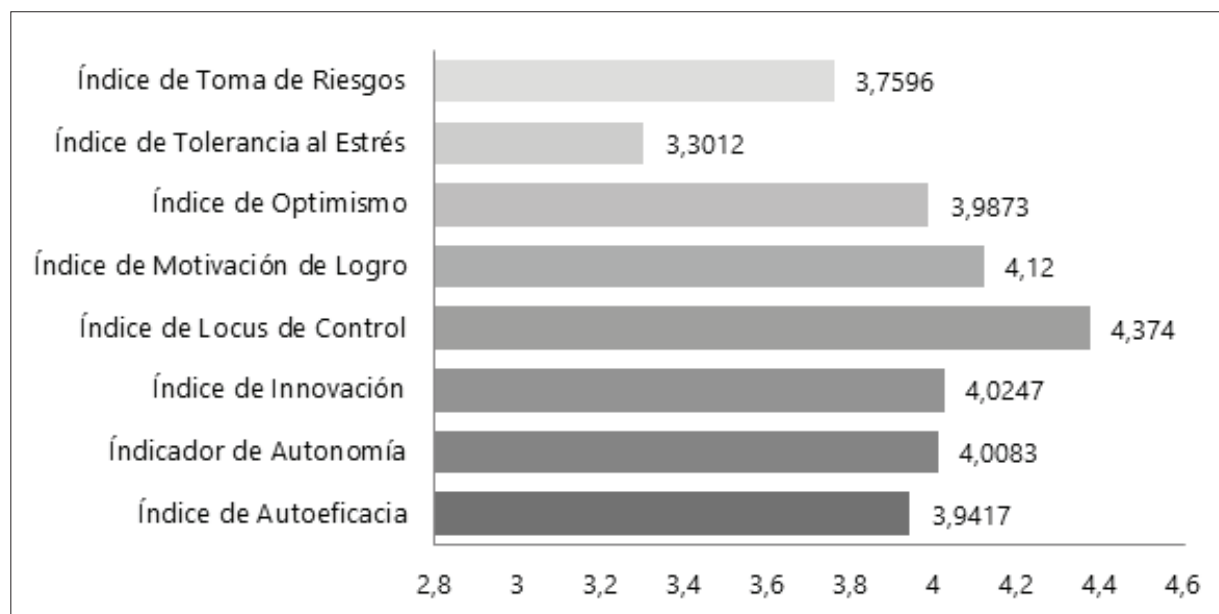
En términos generales se puede plantear que la disposición de los estudiantes a iniciar o emprender un negocio es media baja. Es decir, existe una propensión a la dependencia a trabajar como empleados de empresas o instituciones públicas, en la que encuentren una "seguridad" de permanencia e ingreso. emprender es más bien visto como una actividad de riesgo para la cual no están preparados ni emocionalmente, ni financieramente y además para la cual sienten que no están preparados profesionalmente.

En este sentido, el primer gran contraste que se encuentra es que la UAM ZH, no está preparando jóvenes profesionistas que puedan iniciar sus propios negocios como fuente de vida, y predomina la cultura de formarse profesionalmente para trabajar en organizaciones que aseguren ingreso y estabilidad.

En otro orden de ideas, se encuentran grandes variaciones entre los diversos programas educativos, ya que en la carrera de Administración existe una mayor apertura a la idea de crear sus propias empresas y no depender de terceros. Mientras que en carreras como Gestión y Políticas Públicas, la tendencia mayoritaria es a trabajar en el sector público, ya sea en municipios o instituciones de la administración pública federal o estatal. En este caso, ni hombres ni mujeres se plantean la posibilidad de crear empresas consultoras para llevar a cabo marketing político o asesoría gubernamental; ni de desempeñarse como analistas políticos en medios de comunicación electrónicos y/o impresos. Es decir, que prevalece la cultura de egresar de la carrera para convertirse en empleado gubernamental.

³ Deseamos agradecer al Dr. Juan Carlos Neri Guzmán y a su equipo de colaboradores por el apoyo brindado en la captura y procesamiento de las encuestas aplicadas a las y los estudiantes de la UAM ZH. Sin su ayuda no hubiera sido posible tener los resultados de forma oportuna y con tanta precisión.

Figura 1. Encuesta aplicada. Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora en la UAM ZH.



Fuente: Elaboración UPSLP. Dr. Juan Carlos Neri Guzmán

En el caso de la carrera de Lic. en Arquitectura, los estudiantes tienen la consciencia de que una vez que egresen de la universidad, deben iniciar sus proyectos emprendedores para crear las empresas o prestar servicios como personas físicas con actividad profesional y/o empresarial.

En cuanto a la equidad que existe entre alumnas y alumnos, se dan datos en los que predomina la mujer como posible líder emprendedor tenemos los siguientes datos:

Tabla 2. Encuesta aplicada. Perfil por Género del Estudiante.

		N	Media	Desviación estándar
Hombres	Índice de Autoeficacia	57	3.945	0.5098
	Indicador de Autonomía	57	3.990	0.4075
	Índice de Innovación	58	3.986	0.4365
	Índice de Locus de Control	58	4.283	0.4280
	Índice de Motivación de Logro	57	4.071	0.4917
	Índice de Optimismo	56	3.839	0.4687
	Índice de Tolerancia al Estrés	57	3.337	0.4979
	Índice de Toma de Riesgos	55	3.770	0.4146
	Índice General de Emprendimiento	51	3.895	0.2808

Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia?

Mujeres	Índice de Autoeficacia	85	3.943	0.4922
	Indicador de Autonomía	87	4.019	0.4352
	Índice de Innovación	86	4.058	0.4483
	Índice de Locus de Control	90	4.433	0.5195
	Índice de Motivación de Logro	88	4.155	0.5211
	Índice de Optimismo	86	4.088	0.5147
	Índice de Tolerancia al Estrés	88	3.282	0.5638
	Índice de Toma de Riesgos	85	3.761	0.5114
	Índice General de Emprendimiento	68	3.945	0.3877

Fuente: Elaboración UPSLP. Dr. Juan Carlos Neri Guzmán

Figura 2. Encuesta aplicada. Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora en la UAM ZH.



Fuente: Elaboración UPSLP. Dr. Juan Carlos Neri Guzmán

En la Tabla 1 de análisis de datos de encuesta Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora en la UAM ZH, se aprecia claramente que las mujeres en general tienen mejor disposición que los hombres para aventurarse a emprender su propio negocio. Esta tendencia coincide con tendencias socio demográficas de género que muestran cómo cada vez hay más estudiantes femeninas en los niveles medio y superior que hombres. Así mismo, no sólo hay más mujeres en la aulas, también se titulan más mujeres que hombres, lo que hace que la tendencia histórica que indicaba

que el varón era el proveedor del sustento económico del hogar se está revirtiendo. Esto se asocia, al hecho de que las mujeres estén privilegiando más el desarrollo de sus carreras profesionales, en lugar de convertirse en amas de casa.

Tabla 3. Encuesta aplicada. Perfil emprendedor por carrera. Test Adaptativo para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora en la UAM ZH.

Carrera del estudiante		N	Media	Desviación estándar
CP	Índice de Autoeficacia	49	3.8934	0.41818
	Índice de Autonomía	51	3.9678	0.35263
	Índice de Innovación	49	4.0068	0.36062
	Índice de Locus de Control	51	4.4118	0.40082
	Índice de Motivación de Logro	49	4.0802	0.53564
	Índice de Optimismo	47	3.9807	0.52939
	Índice de Tolerancia al Estrés	49	3.2134	0.56789
	Índice de Toma de Riesgos	48	3.692	0.4406
	Índice General de Emprendedurismo	41	3.8939	0.31897
LARQ	Índice de Autoeficacia	8	4.1597	0.34174
	Índice de Autonomía	8	3.9911	0.49552
	Índice de Innovación	8	4.2	0.44222
	Índice de Locus de Control	8	4.325	0.36547
	Índice de Motivación de Logro	8	4.0446	0.40754
	Índice de Optimismo	8	4.0114	0.31655
	Índice de Tolerancia al Estrés	8	3.3864	0.71375
	Índice de Toma de Riesgos	7	3.8367	0.37732
	Índice General de Emprendedurismo	7	3.9223	0.20314
LAD	Índice de Autoeficacia	64	3.9722	0.594
	Índice de Autonomía	63	4.0873	0.4976
	Índice de Innovación	64	4.026	0.50404

Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia?

	Índice de Locus de Control	65	4.3431	0.59054
	Índice de Motivación de Logro	64	4.1864	0.54214
	Índice de Optimismo	62	3.9692	0.55162
	Índice de Tolerancia al Estrés	65	3.3427	0.51995
	Índice de Toma de Riesgos	62	3.8007	0.5265
	Índice General de Emprendedurismo	53	3.9584	0.40406

Fuente: Elaboración UPSLP. Dr. Juan Carlos Neri Guzmán

CP = Contador Público

LARQ = Licenciado en Arquitectura

LAD = Licenciado en Administración

De las nueve licenciaturas que existen en la UAM ZH, las tres mejor posicionadas para la implementación de proyectos emprendedoras son las carreras de Contador Público, Licenciado en Arquitectura y Licenciado en Administración; siendo ésta última la que tiene mejores indicadores en general. Sin embargo, en comparación con otras Unidades Académicas, el índice de Persona Emprendedora de los estudiantes huastecos es muy bajo.

Esto nos remite inmediatamente al planteamiento que se enuncia en el título de este ensayo: Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia?, y precisamente, este es el momento de responder esa pregunta inicial, que es realidad la pregunta de investigación.

Efectivamente, desde el punto de vista de la antropología social y de la sociología, podemos responder que hay una incidencia de las prácticas socio culturales de dependencia hacia los programas sociales, así como una cultura comunitaria de dejar las responsabilidades siempre en manos de otros, lo que ha moldeado el locus social de los jóvenes hacia modelos desempeño basados en la subordinación jerárquica, la dependencia de los grupos organizados con relación a los beneficios derivados de prácticas clientelares con agencias gubernamentales. Y en general, a sustentar su forma de vida en modelos de trabajo no orientados hacia el desarrollo de organizaciones generadoras de crecimiento económico, sino de subsistencia con pequeños negocios informales.

Para finalizar esta sección, se debe mencionar, que aunque no se incluyó en los test una pregunta acerca de la intención de crear empresas formales incorporadas al Régimen Fiscal vigente, en otros estudios realizados por miembros de este equipo (Muñoz 2014a) y (Reyes; 2016), se ha constatado reiteradamente un estilo de emprendimiento enfocado a micro negocios familiares que permanecen en la informalidad, y por lo tanto, no adquieren el rango de micro empresas creadoras de cadenas de valor.

Al permanecer en ese estatus de irregularidad fiscal, estos proyectos emprendedores no alcanzarán nunca la condición legal para acceder a créditos, a sistemas de financiamiento para proyectos productivos, ni generen los puestos de trabajo que obtengan los beneficios de ley y que sobre todo, otorguen empleo digno y bien remunerado con prestaciones a sus empleados.

Conclusiones

A lo largo de este estudio, se ha discutido varias veces acerca de tres problemas fundamentales en torno a la poca iniciativa emprendedora de los estudiantes de la UAM ZH y a tres factores clave para que así sea:

1. El factor cultural de la dependencia (modelo explicativo socio cultural), de la población hacia: a. Dependencias gubernamentales encargadas de otorgar subsidios colectivos a fondo perdido para los pequeños productores; y b. la predominancia de una cultura colectiva de trabajo, en la que el individuo no se percibe a sí mismo como agente creador y generador de riqueza económica e incremento de bienestar, si no que traslada su condición de supervivencia (aún en condiciones de pobreza o pobreza extrema), al colectivo al que pertenece.

2. La negativa a la incorporación al Régimen Fiscal vigente, ya que se desconoce el cálculo del costo de producción y el costo de venta de un producto considerando al pago de impuestos siempre como una pérdida de la ganancia neta del negocio. (Factor fiscal / de planeación de modelo de negocio). Sobre este tema, se han detectado dos pautas conductuales en la región: 1. El pago de impuestos es una pérdida de ganancia y se prefiere que lo poco que se gana se reinvierta en un nuevo ciclo productivo o se traslade a la "ganancia del negocio"; 2. Se considera el pago de impuestos como una expropiación o robo que lleva a cabo el gobierno sobre la riqueza generada, por ende, no se declara.

3. A pesar de que la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (y por lo tanto la UAM ZH, también), cuenta con un programa de incentivación al emprendedurismo entre sus egresados, éstos no llevan a cabo los proyectos de emprendimiento que desarrollan en las aulas durante su ciclo formativo. (Factor psicosocial y psicoemocional expresado en la dependencia familiar de los estudiantes).

En conjunto estas variables operan constantemente en la toma de decisiones racionales por parte los comerciantes y posible emprendedores, generando un ecosistema de negocios como el que impera actualmente en toda la huasteca potosina y con mayor énfasis en Ciudad Valles, que el que se sustenta en abrir pequeños negocios familiares que tienen tasas de retorno muy bajas; que son negocios informales que no crean empleos bien remunerados ni con prestaciones de ley; que no se insertan en cadenas de valor agregado y no contribuyen a robustecer el ecosistema de PYMES que necesita toda economía para crecer.

En esencia, la conclusión final de este trabajo se refiere a que:

La falta de una cultura empresarial basada en la creación de empresas formalizadas en el Régimen Fiscal, que generen empleos de calidad con prestaciones ley, por no ser aptas o elegibles para ingresar a los sistemas de financiamientos institucionales y/o privados; y por lo tanto, su incapacidad de formar parte de ecosistemas de negocios (o de cadenas de valor agregado en donde unas empresas y otras se prestan servicios comerciales y de transformación), se traduce en un sistema económico precario, de baja rentabilidad, que no aporta riqueza económica al país (no cuenta para el PIB), ni crea redistribución del ingreso vía impuestos para obra social.

Por estas razones es tan importante crear una verdadera cultura emprendedora en el estado y en la región huasteca.

Bibliografía

- Alvarado, L. (2004). La educación "superior" femenina en el México del siglo XIX: demanda social y reto gubernamental. Plaza y Valdés.
- Andreu, J. C. (1998). La empresa joven ante el reto del 2000. Dificultades para crear riqueza y empleo. In Work presented at IV Congreso Nacional de Jóvenes Empresarios.
- Anzola Rojas, Sérvulo (1997), De la idea a tu empresa. Una guía para emprendedores, Editorial Limusa, S.A., México, ISBN 968-18-5356-3
- Barba, V. et.al (2007). Effects of entrepreneurial motivation and background on new venture's growth. International Congress "Marketing Trends" Paris, 26th-27th January. Ecole Supérieure de Commerce de Paris. http://www.escpeap.net/conferences/marketing/2007_cp/HTML/pages/strategie
- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 13(4), 317-332.
- Bermejo, M., Rubio, I., & De la Vega, I. (1994). La creación de la empresa propia: consejos prácticos para su puesta en marcha con éxito (No. 658.01/B51c). McGraw-Hill. ISBN: 84-481-1818-9
- Birley, S., & Westhead, P. (1994). A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size. *Journal of Business Venturing*, 9(1), 7-31.
- Birley, S. (1987). Do women entrepreneurs require different training?
- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465-478.

- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 39-56). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work & Organization*, 11(4), 406-429.
- Ciliberti, L. (1997). Reflexiones acerca de la perspectiva de género en las experiencias de educación no formal con mujeres, en *Hacia una pedagogía de género. Experiencias y conceptos innovativos*, Buttner y Jung (ed.). Bonn: DSE.
- Cobo, Rosa. *Género, en 10 palabras claves sobre Mujer*, Amorós, Celia (directora). Navarra: Ed. Verbo Divino, 1995.
- Cuevas Reyes, Venancio "Análisis del enfoque de cadenas productivas en México", en: *Textual. Análisis del medio rural latinoamericano*, Volumen 56 - Número 117 julio - diciembre 2010 págs. 83-93, ISSN electrónico: 2395-9177 disponible en: http://www.chapingo.mx/revistas/textual/contenido.php?id_revista_numero=117
- Consultada 3 de agosto de 2016.
- De Garay, A., & del Valle Díaz Muñoz, G. (2012). Una mirada a la presencia de las mujeres en la educación superior en México. *Revista iberoamericana de educación superior*, 3(6), 3-30.
- DEMAC (1991) *Desarrollo de emprendedores*, McGraw-Hill, México, ISBN 968-422-555-5
- Dessler, G., (1979). *Organización y administración: enfoque situacional* (No. 658 DESSO) p.181 ISBN 968-880-070-8
- De Welde, K., S. Larsen y H. Thiry (2007), "Women in science, technology, engineering and math (stem)", en http://www.socwomen.org/socactivism/stem_fact_sheet.pdf.
- Díaz, Y., Guerrero, M., & Peña, I. (2015). Productividad de la innovación a través del emprendimiento corporativo. *Universia Business Review*, (47).
- Forehand, G. A., & Von Haller, G. (1964). Environmental variation in studies of organizational behavior. *Psychological bulletin*, 62(6), 361. P.361-82
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires, Argentina.
- Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, (47).
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International small business journal*, 15(3), 56-77.

- Guevara, P. G. (2004). *Mujeres académicas: el caso de una universidad estatal mexicana*. Plaza y Valdes.
- Halpin, A. W., & Croft, D. B. (1962). The organizational climate of schools (Vol. 11, No. 7). Mid west Administration Center, University of Chicago.
- Hatten, T. S., & Ruhland, S. K. (1995). Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 70(4), 224-227.
- Hansemark, O. C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(1), 28-50.
- Hill, C. y E. Silva (2005), *Drawing the line: sexual harassment on campus*, Washington, AAUW Educational Foundation.
- Hisrich, R. D. y Brush, C. G. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*. Lexington: Lexington Books.
- INC, (1994), *Extra! Extra! Men and Women are Different*, Inc, The Daily Resource for Entrepreneurs. Octubre.
- Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Colombia, Editorial Universidad del norte Lumen.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2014). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Mercosur.
- Karina Ramírez Garcidueñas, José Carlos Rodríguez Chávez, Ángel Licon Michel: "Perspectivas del emprendimiento en la economía de China", en Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico 71, Tercera época / Volumen 11 / Número 22 / julio • diciembre de 2017 / pp. 71-92, ISSN 1870-6800
- Katz, J. A. (1992). A psychosocial cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 29-37.
- Kourilsky, M. L., & Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business venturing*, 13(1), 77-88.
- Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400.
- Lucio Fuentelsaz, Consuelo González: "El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento", en UNIVERSIA BUSINESS REVIEW, tercer trimestre 2015, pp. 64 - 81 ISSN: 1698-5117
- Luna Vargas, Salvador (2014), *Naturaleza, cultura y desarrollo endógeno: Un nuevo paradigma del turismo sustentable. Una experiencia con el grupo étnico tenek en la Huasteca potosina, México*. Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para EUMED.NET, No. 1377, Málaga, España,

Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1377/index.htm>

Mario Patricio Padilla-Martínez, Ana Lucia Quispe-Otacoma, Dianelys Nogueira-

Rivera, Arialys Hernández-Nariño: "Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo", en *Ingeniería Industrial*, ISSN 1815-5936, Vol. XXXVII, No. 1, enero-abril, 2016, p. 91-103

Marulanda, J., Correa, G. y Mejía, L. (Julio 14, 2009). *Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano*. EAN, No. 66, p.153-168.

Masters, R., & Meier, R. (1988). Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs. *Journal of small business management*, 26(1), 31.

Matthews, C. H., & Moser, S. B. (1995, June). The impact of family background and gender on interest in small firm ownership: A longitudinal study. In *Proceedings of the ICSB 40th World conference*, Sydney (pp. 18-21).

Mingo, A. (2006), *¿Quién mordió la manzana? Sexo, origen social y desempeño en la Universidad*, México, UNAM / FCE.

Muñiz, J., Suárez Álvarez, J., Pedrosa, I., Fonseca Pedrero, E., & García Cueto, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema*, 26(4).

Muñoz Güemes, Alfonso

(2015a)

"Estudio diagnóstico del modelo productivo tradicional de producción de piloncillo de caña de Azúcar en la Huasteca, San Luis Potosí", en: Neri Guzmán, Juan Carlos, Mario Eduardo Ibarra Cortés, Mario Alberto Martínez Rojas y Martha Angélica de la Rosa Hernández: *Prácticas exitosas en la implementación de políticas de innovación y competitividad local "Redes de conocimiento y cooperación empresa-gobierno-universidades-centros de investigación"*. Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Colección Triple Hélice, Número 2. Editorial Plaza y Valdés. Primera edición: Agosto 2015, ISBN: 978-607-402-824-9, págs. 139- 154.

(2015b)

"Globalización, Grupos Étnicos y Nueva Generación de Políticas Públicas en la Huasteca Potosina: Los Retos de la interculturalidad, el Desarrollo Endógeno con sustentabilidad y el Cambio Climático", en *Memorias del V Congreso Internacional en Ciencias de Gestión: Reformas Estructurales, Gobernabilidad, Innovación y Conocimiento: Alternativas para el Cambio"*, REINICIG, UASLP. ISBN 978-607-9453-26-8. Págs. 597-624.

(2014a)

"La desigualdad social y el desarrollo económico del sector primario en la Huasteca potosina. Análisis de las diferencias estructurales", en *Memoria in extenso*, 8º Congreso: Ética, Gobernanza y Desarrollo EUMED, Universidad de Málaga, España y Universidad

autónoma de San Luis Potosí, campus unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca de 10 al 27 de abril 2014. ISBN-13: 978-84-16036-39-4.

Navarro García, Antonio: "Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales" en RAE: Revista de Administração de Empresas, FGV EAESP, São Paulo, V. 57, n. 2, mar-abr 2017 pp. 135-147, ISSN 0034-7590

DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020170203>

Ordorika, Imanol. (2015). Equidad de género en la Educación Superior. Revista de la educación superior, 44(174), 7-17. Recuperado en 08 de noviembre de 2017, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602015000200001&lng=es&tlng=es.

Ouchi, W. (1992). Teoría Z. Bogotá, Editorial Norma.

Padilla-Martínez, M. P., Quispe-Otacoma, A. L., Nogueira-Rivera, D., & Hernández-Nariño, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. Ingeniería Industrial, 37(1), 91-103.

Quevedo Monjarás, L., & Izar Landeta, J., & Romo Rojas, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. Investigación y Ciencia, 18 (46), 57-63. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413508008>> ISSN 1665-4412

Rasheed, H. S., & Rasheed, B. Y. (2003). Developing entrepreneurial characteristics in minority youth: The effects of education and enterprise experience. In Ethnic entrepreneurship: Structure and process (pp. 261-277). Emerald Group Publishing Limited.

Reyes González, Erwin Iván (2016). Manual para Integrar Negocios Informales al régimen de Incorporación fiscal en Ciudad Valles, S.L.P. Tesis de Licenciatura para el obtener el título de Licenciado en Contador Público, S/P, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Febrero 2016.

Sánchez-Apellániz, M. Mujeres Empresarias y Directivas. Políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la Junta de Andalucía. España: Instituto Andaluz de Administración Pública, 249, 2003.

Sánchez Almagro, M. L. (2003). Perfil psicológico del auto empleado.

Scheinberg, S., & MacMillan, I. C. (1988). An 11 country study of motivations to start a business. Babson College.

Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S., & Wiebe, F. A. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference.

Sepúlveda Rivillas Claudia Inés, Reina Gutiérrez Walter: "Sostenibilidad de los emprendimientos un análisis de los factores determinantes", en Universidad del Zulia (LUZ), Revista Venezolana de Gerencia (RVG), año 21, No. 73, 2016, pp. 33 – 49.

- Serret, E. (1997), "Interacciones desiguales. Repensando el vínculo mujeres-sociología", en *Sociológica*, núm. 13, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *Social Dimensions of Entrepreneurship*, [w:] CA Kent, DL Sexton, and KH Vesper (red.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*.
- Sheksfky Lloyd E. (1999) *Los emprendedores no nacen. Se hacen*, Mc. Graw – Hill, México, ISBN 970-10-1392-1
- Sonnert, G. (1995), *Who succeeds in science? The Gender Dimension*, EUA, Rutgers University Press.
- Stella Maris Arnaiz Burne, Rosa Elizabeth Vargas Muñoz y Carlos Gauna Ruiz de León (2017): "Análisis de la capacidad emprendedora en Puerto Vallarta, Jalisco, México, a partir de la metodología desarrollada por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)", *Revista TECSISTECATL* (junio 2017).
- En línea: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecatln21/capacidad-emprendedora-vallarta.html>
- Handle: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/tecsistecatln21capacidad-emprendedora-vallarta>
- Suárez Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la personalidad emprendedora: Situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*, 37(1).
- Swinney, J. L., Runyan, R. C., & Huddleston, P. (2006). Differences in reported firm performance by gender: does industry matter?. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(02), 99-115.
- Urbano, D., Pulido, D. U., & Garrido, N. T. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas* (Vol. 118). Editorial UOC.
- Vesper, Karl H. (2009). *New venture strategies*. University of Illinois at Urbana – Champaigns Academy for Entrepreneurial Historical Research *Reference in Entrepreneurship*, 4th Nov, 2009.
- Westhead, P., & Wright, M. (1998). Novice, portfolio, and serial founders in rural and urban areas. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22(4), 63-66.

Fuentes electrónicas:

<http://www.redalyc.org/html/2313/231317045004/>

<http://www.redalyc.org/html/205/20503503/>

<http://www.redalyc.org/html/301/30120334014/>

<http://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>

<http://www.redalyc.org/html/674/67413508008/>

Cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios en la Huasteca Potosina: ¿Un modelo cultural de dependencia?

<http://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>

<http://www.uprm.edu/cms/index.php?a=file&fid=8002>

Revista EAN: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/view/479/466>

DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.479>

Factores Determinantes del Emprendimiento, una radiografía en jóvenes universitarios

Juan Carlos Neri Guzmán, Bernardo León García, Nery Diana Torres Meraz

Resumen

El objetivo de esta investigación es conocer cuáles son las características de la personalidad emprendedora de los alumnos que estudian en un nivel de educación superior a partir de los factores identificados como más importantes del emprendimiento.

La investigación busca verificar la hipótesis de que si bien en general se reconoce que los hombres muestran ser más emprendedores (hay más negocios dirigidos por hombres que mujeres), a medida que aumenta el nivel educativo de la mujer, éstas muestran mayores habilidades de emprendimiento (GEM, 2017), por lo que a nivel universitario las mujeres deberían de mostrar una personalidad emprendedora más consolidada respecto a los hombres. También busca verificar si existen diferencias significativas en la personalidad emprendedora entre los alumnos con experiencia laboral y los que no la tienen, entre los alumnos cuyos padres tienen o han tenido alguna empresa y los que no, entre alumnos de diferentes instituciones de educación superior, en alumnos según su estado civil, el tipo de carrera que cursa el estudiante, el semestre del estudiante o en alumnas que son madres solteras respecto a las que no. Finalmente, y quizá lo más importante, se busca identificar en que aspectos específicos se debe fortalecer con los alumnos para mejorar su personalidad emprendedora y facilitar su tránsito de la escuela al mundo productivo.

Este artículo muestra los resultados de investigación que se llevaron a cabo, de manera simultánea, en doce instituciones de educación superior de siete entidades de la república mexicana (Hidalgo, Colima, San Luis Potosí, Guanajuato, Jalisco, Ciudad de México y Sinaloa) durante el año 2017. Los resultados del estudio se consideran relevantes tomando en cuenta que, al conocer aquellos aspectos específicos de la personalidad emprendedora que resulten desfavorables en los alumnos, representarán un insumo valioso para proponer mejoras en los contenidos de las materias pertinentes para enriquecer los programas educativos de las instituciones de educación superior y sobre todo, mejorar la formación de los futuros profesionistas-empresarios.

Palabras clave: Personalidad emprendedora, educación superior, profesionistas-empresarios.

Abstract

The objective of this investigation is to know the characteristics of the entrepreneurial personality of the students who study at a higher education level based on the factors identified as the most important of the entrepreneurship.

The investigation aims to verify the hypothesis that although in general it is recognized that men show themselves to be more entrepreneurs (there are more business being run by men than by women), as women's educational level increases, they show greater entrepreneurial skills (GEM, 2017), so at university level women should show a more consolidated entrepreneurial personality with respect to men. This investigation also seeks to verify if there are significant differences in the entrepreneurial personality among students with work experience and those without it, the students whose parents have or have had a company and those who have not had any, students of different higher education institutions, in students according to their marital status, the type of career, the semester or in female students who are single mothers with respect of those who are not. Finally, and perhaps most importantly, it seeks to identify which specific aspects must be worked on with the students to improve their entrepreneurial personality and facilitate their transition from school to the productive world.

This article shows the results of the research that were carried out, simultaneously, in twelve higher education institutions of seven entities of the Mexican Republic (Hidalgo, Colima, San Luis Potosí, Guanajuato, Jalisco, Mexico City and Sinaloa) during the year 2017. The results of the study are considered relevant taking into account that, when knowing those specific aspects of the entrepreneurial personality that are unfavorable in students, they will represent a valuable input to propose improvements in the contents of the pertinent subjects to enrich the educational programs of the higher education institutions and particularly, to improve the training of future professionals-entrepreneurs.

Key words: entrepreneurial personality, higher education level, professionals-entrepreneurs.

Metodología

Esta investigación parte de un estudio sobre la personalidad emprendedora en jóvenes universitarios realizado en la Universidad de Oviedo (Pedrosa, 2015) en el cual se identifican, estandarizan y validan los rasgos de la personalidad emprendedora, lo que da como resultado la definición de ocho grandes dimensiones¹: Autoeficacia, Autonomía, Innovación, Locus de Control, Motivación de Logro, Optimismo, Tolerancia al Estrés y Toma de Riesgos. Estas dimensiones conllevan el estudio de 107 aspectos (variables) propios de la personalidad emprendedora de los estudiantes.

¹ En este estudio se manejan de manera indistinta los conceptos de rasgos, factores o dimensiones de la personalidad emprendedora de los jóvenes universitarios.

Cada una de las 107 variables es presentada en una escala de Likert con cinco niveles, donde 1 representa una ausencia de la personalidad emprendedora y 5 un dominio pleno. El instrumento de intervención utilizado incluyó variables adicionales que permitieron enriquecer el análisis de emprendimiento como la institución educativa, la carrera de estudio, el género del estudiante, su estado civil, la experiencia laboral, antecedentes de emprendimiento en la familia y si las alumnas se encuentran en una situación de madre soltera, principalmente (ver Anexo de libro).

Para asegurar la consistencia interna del instrumento de medición y sus componentes (variables) se realizó la prueba de validez y confiabilidad estadística utilizando el modelo de Alfa de Cronbach. Los resultados para cada una de las dimensiones se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1. Prueba de fiabilidad de variables según dimensión de emprendimiento.

Dimensión	Casos	Excluidos	%	Alfa de Cronbach	No. de elementos
Autoeficacia	2,498	96	3.70%	0.929	18
Autonomía	2,528	66	2.54%	0.802	14
Innovación	2,485	109	4.20%	0.879	15
Locus de Control	2,533	61	2.35%	0.878	10
Motivación de Logro	2,515	79	3.05%	0.878	14
Optimismo	2,525	69	2.66%	0.811	11
Tolerancia al Estrés	2,540	54	2.08%	0.683	11
Toma de Riesgos	2,519	75	2.89%	0.813	14

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento. En ningún caso las correlaciones para elementos fueron negativas. El número de elementos corresponde al de las variables que integran cada dimensión de la personalidad emprendedora.

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22

Las dimensiones definidas para medir los rasgos de la personalidad emprendedora muestran una relación aceptable, resultando como más importantes la Motivación de Logro y la Innovación, por el efecto que tienen sobre el resto de las dimensiones (ver Tabla 2 de correlaciones).

Tabla 2. Coeficientes de correlación según dimensión de emprendimiento.

	AE	AUT	INN	LC	ML	OPT	TE	TR
AE	1	0.643	0.680	0.422	0.635	0.564	0.370	0.469
AUT	0.643	1	0.636	0.459	0.587	0.539	0.266	0.486
INN	0.680	0.636	1	0.562	0.753	0.648	0.404	0.559
LC	0.422	0.459	0.562	1	0.602	0.519	0.176	0.430
ML	0.635	0.587	0.753	0.602	1	0.714	0.450	0.621
OPT	0.564	0.539	0.648	0.519	0.714	1	0.481	0.581
TE	0.370	0.266	0.404	0.176	0.450	0.481	1	0.371
TR	0.469	0.486	0.559	0.430	0.621	0.581	0.371	1

AE = Autoeficacia, AUT = Autonomía, INN = Innovación, LC = Locus de Control, ML = Motivación de Logro, OPT = Optimismo, TE = Tolerancia al Estrés y TR = Toma de Riesgos.
Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Los resultados obtenidos se presentan en los siguientes niveles de análisis:

I) En promedios, para cada una de las 107 variables a través de los cuales se mide la personalidad emprendedora de los estudiantes. Estos promedios se presentan en una escala de 1 a 5, donde 1 representa ausencia de espíritu emprendedor y 5 un perfil emprendedor potencial o consolidado.

II) En indicadores según factor determinante del emprendimiento, donde se calculan 8 indicadores para cada uno de los rasgos que caracterizan una personalidad emprendedora: Autoeficacia, Autonomía, Innovación, Locus de Control, Motivación de Logro, Optimismo, Tolerancia al Estrés y Toma de Riesgos. Cada uno refleja el peso promedio de las variables que son consideradas para su cálculo, por ejemplo el Índice de Autoeficacia resulta de promediar los 18 ítems utilizados para medir esta dimensión, de la misma manera para el resto de los factores determinantes (o dimensiones) de la personalidad emprendedora de los estudiantes. La interpretación sigue la misma escala de valoración de 1 a 5 (ver variables consideradas que integran cada rasgo de personalidad emprendedora en Anexo de libro).

III) Índice General de Personalidad Emprendedora, representa un indicador que registra el promedio de los 8 indicadores de la personalidad emprendedora y es útil para diferenciar niveles de emprendimiento de los alumnos según categorías de análisis como las que existen entre instituciones de educación superior, por ejemplo. La interpretación también se hace usando la escala de valoración de 1 a 5.

Estas tres modalidades de presentación de resultados se pueden desagregar en relación a las variables nominales consideradas en el estudio, como género, institución de educación superior, estado civil del estudiante, experiencia laboral de los estudiantes universitarios, carrera de estudio, experiencia empresarial en la familia, condición de madre soltera en estudiantes femeninas, semestre que cursa el alumno, etc.

IV) Finalmente, es importante hacer mención que para hacer una comparación entre categorías, por ejemplo entre hombres y mujeres, se hace uso de la prueba de hipótesis para medias estadísticas con muestras independientes (con nivel de significancia de 0.01 para una distribución Z de muestras grandes), con el objetivo de identificar si existen diferencias significativas entre ellas y evitar sesgos estadísticos de interpretación. El estadístico para prueba de medias (Z), se calcula de la siguiente manera:

$$Z = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En este sentido, sólo se destacan las diferencias de la personalidad emprendedora cuando la prueba estadística muestra evidencia de que existe una diferencia significativa entre las categorías de análisis, en este caso cuando Z sea mayor a 2.325 ($\alpha = 0.01$).

Características de la muestra

Este estudio analiza la información de un total de 2,594 alumnos, 41.7% de ellos hombres y el 58.3% mujeres, el 67.1% de los estudiantes cursan una licenciatura y el 32.9% una ingeniería, el 6.2% de las alumnas reconocen ser madres solteras, el 58.7% de los estudiantes manifiesta que su familia ha tenido o tiene un negocio familiar, mientras que el 74.4% de los alumnos reconoce que tiene experiencia laboral.

El 19.7% de los alumnos registrados pertenecen a la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, el 11.3% al Instituto Tecnológico de León, el 10.7% a la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, el 10.1% a la Universidad de Guanajuato, el 7.9% al Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, el 7.7% al Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, el 7.7% a la Universidad Politécnica de Tulancingo, Hidalgo, el 7.5% a la Universidad de Colima, Manzanillo, el 7.1% a la Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, el 5.8% a la Unidad Académica Multidisciplinaria

de la Huasteca Sur, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, el 2.7% al Instituto Politécnico Nacional y el 1.7% a alumnos de la Universidad de Occidente, Unidad Guasave, Sinaloa².

El 51.2% de los alumnos participantes viven en San Luis Potosí, el 21.4% en Guanajuato, el 7.7% en Jalisco, el 7.7% en Hidalgo, un 7.5% en Colima, 2.7% en la Ciudad de México y el 1.7% en Sinaloa.

Contexto teórico

Actualmente en México y en muchos otros países del mundo, se promueven políticas para desarrollar la capacidad emprendedora de los ciudadanos como una estrategia para lograr un crecimiento elevado, sostenido y sustentable tanto del mercado interno como externo. En México, el Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 (SE, 2013) reconoce como un objetivo estratégico el impulso a los emprendedores, como un mecanismo para fortalecer la estructura productiva interna del país, promover el desarrollo regional y los encadenamientos productivos con el sector externo.

Para detonar el emprendimiento, el gobierno mexicano busca impulsar la formación de los jóvenes y fortalecer su cultura emprendedora y de conocimientos, como un factor determinante para incrementar la productividad, incentivar la innovación y mejorar la competitividad de las empresas (en los diferentes sectores productivos y regiones del país). También busca apoyar a las MIPYMES, a través del desarrollo de sus capacidades y habilidades gerenciales, para incentivar su participación en los encadenamientos productivos y su integración a las cadenas globales de valor orientadas hacia el mercado externo. Estas políticas deberán reflejarse en mejores niveles de productividad, mayor número de empresas, mayores y mejores empleos, mayor participación en el mercado externo y una mayor competitividad en general.

Para lograr este objetivo, el gobierno federal resalta que se requiere de una participación colaborativa en conjunto con la iniciativa privada y la academia, que sea favorecido por un ecosistema de fomento a emprendedores y MIPYMES.

La relevancia del emprendimiento la destaca bien la OECD (2017) reconociendo que es necesario ofrecerles competencias a los jóvenes y promover su emprendimiento para facilitarles su transición de la escuela a la vida productiva (trabajo-empresa), a su vida adulta, para que sean capaces de aprovechar las oportunidades del mercado laboral y logren adaptarse de la mejor manera a los cambios sociales, políticos y económicos: mejorando su propio bienestar y el de la sociedad. También reconoce que las competencias y capacidad emprendedora de los jóvenes representan un activo económico que, en

² Cada Institución de Educación Superior seleccionó el tamaño de muestra correspondiente en función al alcance de su estudio, mientras algunas consideraron varias carreras o semestres, en otras fue específica en carrera, semestre o por su matrícula.

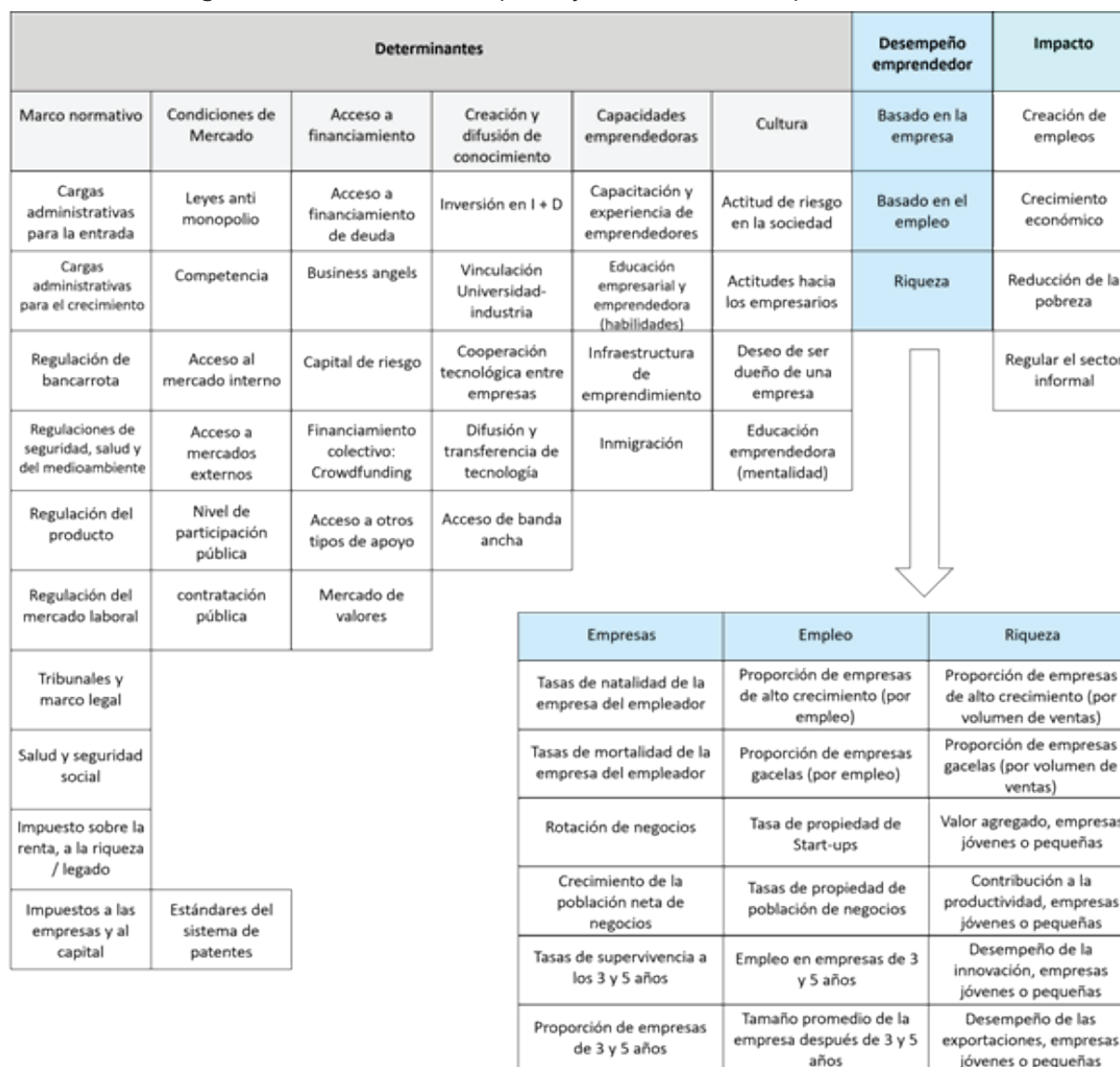
épocas de crisis económicas (sobre todo internacionales), pueden propiciar el crecimiento interno desarrollando actividades intensivas en conocimiento, aprovechando el uso de los recursos disponibles y aportando valor agregado a las actividades económicas.

En este sentido el emprendimiento busca el promover crecimiento basado en la productividad, la innovación y la generación de bienes y servicios de alto valor agregado, que incentive un crecimiento interno relevante, lo cual es una preocupación en países como México pues las expectativas de crecimiento en el mundo y en particular en América Latina no son muy favorables, donde también se resiente la disponibilidad de financiamiento para el desarrollo y los ingresos medios per cápita³ de la población se han estancado. El emprendimiento y desarrollo de competencias es una política que incide en el corto y mediano plazo, y puede resultar altamente impactante en el largo plazo en el país si se considera el efecto que puede tener el bono demográfico tomando en cuenta que la población entre 15 y 34 años representa casi una cuarta parte de la población total sobre el crecimiento y desarrollo económico nacional

El Programa de Indicadores de Emprendimiento de la OECD-Eurostat (EIP por sus siglas en inglés) define emprendimiento como “el fenómeno asociado a la actividad empresarial, producto de la acción emprendedora humana en búsqueda de la generación de valor, a través de la creación o expansión de la actividad económica, mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados” (OECD, 2008), no obstante reconoce que para medir el emprendimiento es necesario considerar múltiples factores (más de 20 variables), adicionales a los económicos, como lo político, social, legal, cultural, el contexto natural, etc. En este sentido el emprendimiento no sólo se presenta a nivel del desarrollo individual, sino en un nivel macroregional donde interviene tanto el sector público, instituciones educativas, las empresas y el entorno de negocios tanto local como internacional. La propuesta que permite dimensionar y medir el emprendimiento tomando en cuenta los diferentes componentes del emprendimiento, diferenciando a) los principales determinantes; b) el desempeño emprendedor; y c) el impacto generado, se muestra en la Figura 1.

³ Conocida como Trampa del ingreso medio, la cual se refiere a la prolongada desaceleración del crecimiento que muchos países registran cuando se acercan a niveles medios de ingresos per cápita, lo cual es explicado por la falta de una estructura productiva caracterizada por la producción de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación.

Figura 1. Modelo de concepción y medición del emprendimiento.



Business angel. Son inversores privados individuales, normalmente empresarios o directivos de empresas que aportan, a título privado, su capital, sus conocimientos y su red de contactos personales a los emprendedores que quieran poner en marcha un proyecto empresarial o a las empresas que se encuentran en el inicio de su actividad o que pilotan un nuevo proyecto con el objetivo de obtener una plusvalía en el mediano plazo y con la esperanza de seleccionar un proyecto empresarial de gran éxito (ESBAN, 2009).

Crowdfunding. Son solicitudes de fondos a través de Internet para la provisión de recursos financieros, ya sea en forma de donación o a cambio de algún tipo de recompensa y / o derechos de voto para apoyar iniciativas con propósitos específicos (Belleflamme, 2014).

Empresas Gacela. Son aquellas que presentan tasas de crecimiento superiores a las del promedio del sector al que pertenecen, y en consecuencia son también las que más contribuyen al desarrollo de la economía y a la creación de empleos. Deben reunir alguna de las siguientes características:

tener más de 3 años de operación o generar un crecimiento superior al 15 por ciento en ventas en alguno de los últimos 3 años, si logra lo anterior obteniendo financiamiento o consultoría en diversos temas (SE, 2006)

Start-ups. Son empresas que se caracterizan por tener menos de 10 años, contar con tecnologías y/o modelos comerciales altamente innovadores y demuestran tener un alto crecimiento de empleados y/o ventas. (ESM, 2016)

Fuente: OECD (2017). Entrepreneurship at a Glance 2017.

Este enfoque enfatiza la importancia de la actividad humana emprendedora que crea valor a través de productos y procesos innovadores o nuevos mercados y reconoce que buena parte del éxito se debe a la cultura y capacidades empresariales (Figura 1). Por su parte, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF, 2013) reconoce que el problema de la productividad en América Latina tiene dos orígenes, el capital humano y el capital físico que no están siendo utilizados eficientemente para maximizar la producción de bienes y servicios; Asimismo, señala que también ha influido el desarrollo tecnológico, el peso del mercado externo, las sistemáticas mejoras en los procesos de gerencia y administración de las grandes empresas, la innovación y la creación dinámica de nuevos bienes y servicios; todo ello en respuesta a la cambiante, más exigente y especializada demanda de bienes y servicios.

De tal manera que, el rol de los emprendedores se puede resumir en identificar y dirigir el proceso de innovación y de creación de nuevos productos y mercados, así como de visualizar nuevas demandas, encontrar aplicaciones de mercado a nuevas tecnologías y coordinar eficientemente el uso de distintos factores de producción al interior de las organizaciones. En este sentido, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF, 2016) reconoce que las cualidades más comunes que están presentes en los jóvenes emprendedores son el pensamiento creativo, las competencias gerenciales, la capacidad de establecer objetivos orientados a metas concretas, y cierto grado de tolerancia al riesgo. También menciona que es necesario reconocer la importancia de las habilidades cognitivas, socioemocionales, físicas y de la salud en los jóvenes, las cuales les permiten tomar decisiones difíciles, planear secuencias de acciones para obtener productos o servicios de mayor calidad, idear soluciones alternativas ante nuevos desafíos, tener conductas armónicas o faltar menos al trabajo, por ejemplo, lo que les facilita conseguir un buen empleo, conservarlo y progresar en su carrera laboral-empresarial.

Esta investigación busca aportar al conocimiento del emprendimiento desde la vertiente de las capacidades y la cultura emprendedora, a través del estudio de las características que registran los jóvenes universitarios en cuanto a su personalidad emprendedora. Este estudio cobra relevancia desde el punto de vista de las Instituciones de Educación Superior, pues permitirá identificar las fortalezas y debilidades que muestran los estudiantes para desplegar sus capacidades emprendedoras y disponer de insumos para poder definir una estrategia para mejorar su desempeño a través de los programas educativos de cada institución.

Si bien existen otros estudios relacionados con el emprendimiento en universidades, existe gran variedad de enfoques de cómo abordar el emprendimiento, así algunos autores analizan el caso de cómo apoyar a los alumnos para generar o desarrollar una idea de negocio y llevarla al mercado (Herrera, 2014), otra vertiente es sobre estudios de liderazgo (Vargas, 2010), otras más se enfocan al papel del sector público (Esteban, 2016), el impacto del entorno en el emprendimiento (Duarte, 2007), en la promoción del emprendimiento (Torroba, 2014), estudios de caso (Ruiz, 2012), pertinencia de los programas educativos (Alvarado, 2011), etc.

Esta investigación parte de un estudio sobre la personalidad emprendedora en jóvenes universitarios realizado en la Universidad de Oviedo (Pedrosa, 2015) en el cual se identifican ocho grandes dimensiones, las cuales son definidas e interpretadas de la siguiente manera:

Autoeficacia. Son aquellas capacidades, conductas y actitudes que demuestra una persona para hacer frente a los obstáculos y conseguir el logro de una meta (Bandura, 2012), esto incluye la estrategia que se diseña (planeación, organización y uso de recursos), el esfuerzo empleado y el tiempo que dedica a la misma (Moriano, 2006).

Autonomía. Hace referencia a la capacidad, habilidad y disposición que tiene una persona para tomar decisiones que tienen que ver con definir o alcanzar objetivos, planes y/o estrategias de acción, demostrando un autocontrol sobre las acciones y tareas a realizar, emprendiéndolas aun por encima de las reglas o en ausencia de autoridades superiores en una organización. La autonomía también hace referencia a la capacidad de emprender por cuenta propia (Van Gelderen, 2006)

Innovación. Se refiere a la capacidad de una persona que, por voluntad e interés propios, busca nuevas o alternativas formas de hacer las cosas, lo que bien canalizado puede llevar a desarrollar nuevos productos, procesos (administrativos o de producción), uso de tecnologías o investigación para mejorar y alcanzar el cumplimiento de metas (Rauch, 2007).

Locus de Control. Se define como la capacidad que tiene una persona para reconocer que el futuro o el éxito de los resultados, está en función de las acciones que lleve a cabo él mismo, ya sea por sus propios medios o sus capacidades de gestión, y que por tanto, es capaz de controlarlas (Rotter, 1966). Demuestra una actitud de consciencia y enfoque hacia el desempeño de las actividades realizadas.

Motivación al logro. Es una característica de las personas que les permite llevar a cabo diferentes acciones para alcanzar un objetivo específico superando los retos que se le presenten (McClellan, 1955), el concepto hace referencia a una fuerza interna de los individuos que les permite esforzarse por mejorar o satisfacer un determinado criterio de excelencia; lo que está relacionado con la autorrealización y el esfuerzo por

llevar a cabo las tareas de la mejor manera posible (Jiménez, 2004; Paz, 2005). Asimismo, el motivo al logro implica un grado de confianza cuando la persona valora que el motivo para lograr una meta es mayor al temor de no alcanzarla (Beltrán, 1995).

Optimismo. Hace referencia a la confianza que tiene una persona para que sus expectativas personales se materialicen en un futuro próximo, lo que les permite generar diversos escenarios positivos y estables para llevar a cabo proyectos u actividades, tanto particulares como relacionadas a una empresa o institución (Rodríguez, 2013).

Tolerancia al Estrés. Se refiere a la capacidad que tiene un individuo para hacer frente a situaciones amenazantes considerando las habilidades, destrezas y conocimientos de que dispone para enfrentarlas de manera exitosa (Pedrosa, 2015).

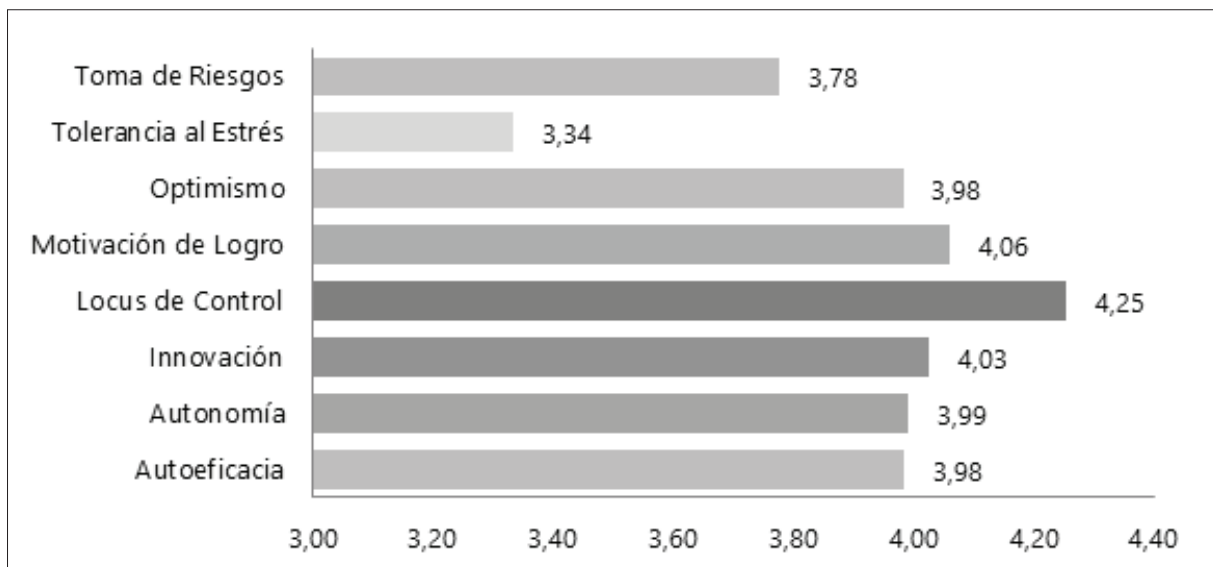
Toma de Riesgos. Destaca la disposición que muestran los individuos para asumir ciertos niveles de riesgo con el propósito de alcanzar una meta, aún con cierto grado de incertidumbre, siempre que esta acción le genere mayores ganancias que consecuencias negativas (Moore, 1996)

Resultados

La personalidad emprendedora de un estudiante universitario se ha estudiado bajo ocho rasgos específicos, de los cuales, de acuerdo a los índices por factor determinante, los más consolidados en los alumnos son el Locus de Control, la Motivación de Logro y la Innovación y los rasgos menos consolidados son la Tolerancia al Estrés y la Toma de Riesgos (ver figura 1). Es decir, los alumnos muestran gran sentido de madurez y responsabilidad al reconocer que el éxito de su futuro depende de lo que hagan en el presente (Locus de Control), no obstante, reconocen que sienten temor al enfrentarse ante situaciones que el entorno externo les exija como personas, o mejor, como profesionistas (Tolerancia al estrés).

La radiografía que permite definir el espíritu emprendedor de un estudiante universitario promedio se muestra en la Figura 2.

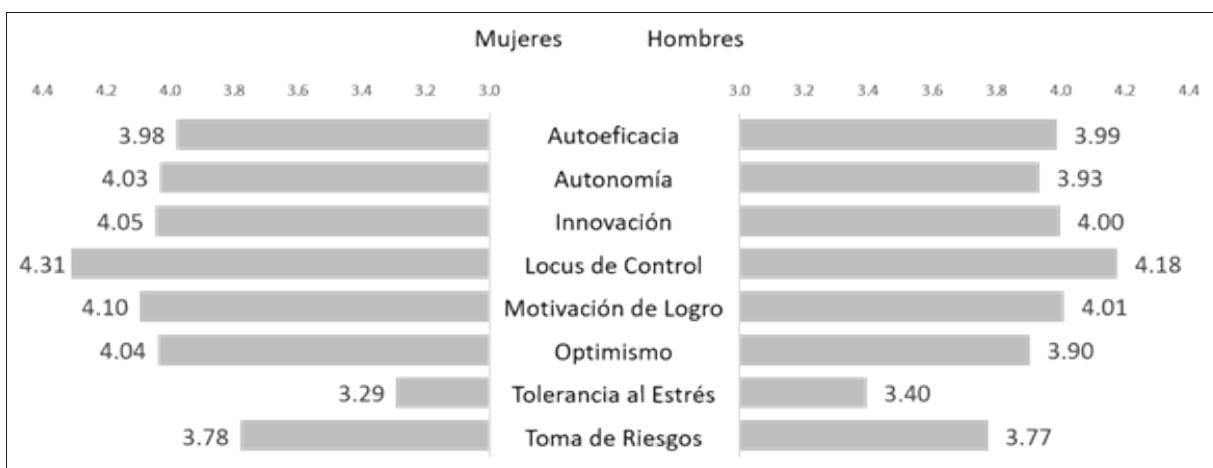
Figura 2. Dimensiones de la personalidad emprendedora de un estudiante universitario.



Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

En cuanto al perfil emprendedor de los estudiantes respecto al género se presentan personalidades diferenciadas, así las mujeres muestran un mejor control en 6 de los 8 factores determinantes del emprendimiento (ver figura 3), mientras que los hombres muestran ventaja sólo en dos: Tolerancia al estrés y Autoeficacia. Para ambos géneros el factor con menor desarrollo de personalidad es la Tolerancia al estrés.

Figura 3. Dimensiones de la personalidad emprendedora según género en estudiantes universitarios.



Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Por otra parte, los resultados obtenidos varían en los alumnos según la carrera que estudian o la institución de que provengan, así como de cada uno de los factores que caracterizan la personalidad emprendedora. La Tabla 3 muestra las diferencias que existen en cuanto a personalidad emprendedora de los alumnos en función a la institución educativa donde pertenecen, en este sentido, se reconoce que los que estudian en la Universidad de Occidente muestran mejores indicadores que los que estudian en alguna otra institución de educación superior considerada en este estudio. La tabla también muestra el número de alumnos registrados en cada institución, el promedio obtenido (en una escala de 1 a 5, donde 5 tiende al máximo nivel de emprendimiento) y muestra la desviación estándar.

Tabla 3. Indicador General de Personalidad Emprendedora según Institución de Educación Superior.

Institución de Educación Superior	Total	Media	Des.Est.
Universidad de Occidentes Unidad Guasave, Sinaloa	41	4.115	0.322
Instituto Politécnico Nacional	52	4.038	0.329
Universidad Politécnica de San Luis Potosí	408	4.037	0.375
Instituto Tecnológico de León	293	4.035	0.399
Instituto Tecnológico de San Luis Potosí	156	3.954	0.319
Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara	198	3.934	0.429
Universidad de Guanajuato	229	3.929	0.407
Unidad Académica Multidisciplinaria de la Huasteca Sur, UASLP	120	3.922	0.344
Coordinación Académica Región Huasteca Sur UASLP	148	3.922	0.374
CARAO, Universidad Autónoma de San Luis Potosí	204	3.877	0.371
Universidad de Colima, Manzanillo	185	3.782	0.514
Universidad Politécnica de Tulancingo, Hidalgo	149	3.611	0.436

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

La Tabla 4 muestra algunos resultados sobre diferencias en personalidad emprendedora comparando algunas variables categóricas de interés. En este sentido, los datos muestran evidencia estadística (a través de una prueba de hipótesis a un nivel de significancia de 0.01) de que las mujeres registran un mejor nivel de emprendimiento que los hombres, o que los alumnos que estudian una licenciatura son más emprendedores que los que estudian una ingeniería, lo mismo sucede para los alumnos que tienen experiencia laboral que registran una personalidad emprendedora más desarrollada respecto a los que no la tienen y los solteros muestran que son más emprendedores que los casados. Mientras que categorías como ser madres solteras, o el semestre que cursa un alumno no muestran diferencias significativas.

Los datos muestran que existe una influencia decisiva sobre el espíritu empresarial de los alumnos cuya familia ha tenido o tiene un negocio, pues demuestran ser más emprendedores que los que no han tenido algún negocio, lo que coincide con estudios como los de Altinay (2012) donde se reconoce la influencia positiva que tiene la "herencia" empresarial familiar sobre los hijos.

Tabla 4. Indicador General de Personalidad Emprendedora y estadístico de prueba según categorías de análisis.

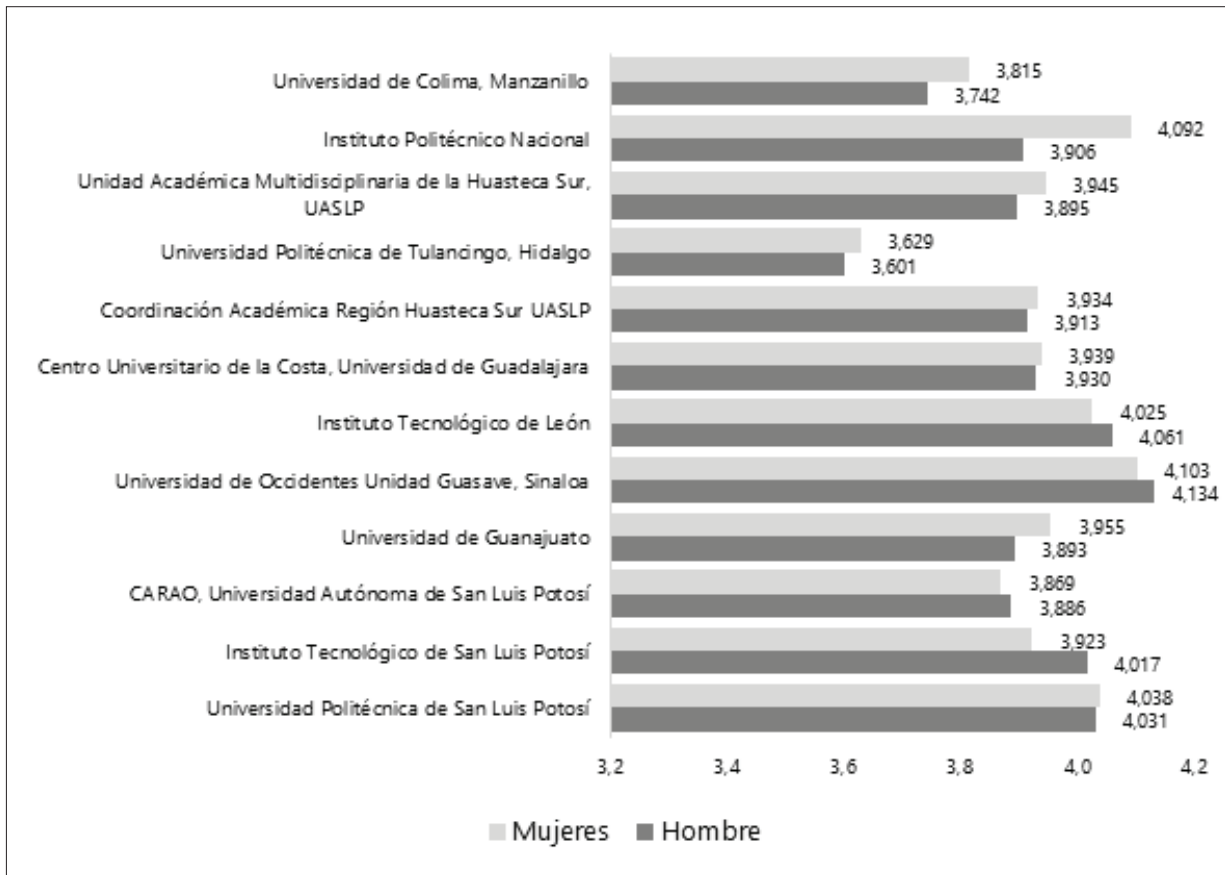
Institución de Educación Superior	Total	Media	Des.Est.	Z
Mujeres	1,287	3.953	0.375	2.767
Hombre	902	3.902	0.460	
Licenciatura	1,439	3.957	0.389	3.758
Ingeniería	656	3.878	0.465	
Madre soltera	122	3.943	0.371	0.360
No es madre soltera	1,855	3.930	0.424	
Con experiencia laboral	1,550	3.959	0.413	4.101
Sin experiencia laboral	552	3.876	0.409	
Soltero	1,029	3.964	0.434	3.446
Casado	962	3.899	0.399	
Séptimo semestre	51	3.985	0.320	0.908
Primer semestre	407	3.940	0.441	
La familia ha tenido un negocio	1,253	3.971	0.421	4.417
La familia no ha tenido un negocio	891	3.892	0.398	

Z = representa el estadístico de prueba para diferencias de medias con poblaciones independientes. Existe diferencia significativa en valores (Z) que son mayores a 2.325 ($\alpha = 0.01$)

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Las diferencias entre personalidad emprendedora varían entre instituciones de educación superior y el género, así mientras en 8 instituciones las mujeres muestran mejores desempeños de emprendimiento, en instituciones como el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, la Universidad de Occidente, Unidad Guasave, el Instituto Tecnológico de León y la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (CARAO), los hombres muestran ser más emprendedores que las mujeres. Una diferencia significativa entre hombres y mujeres se muestra en el Instituto Politécnico Nacional donde las mujeres registran una mayor ventaja respecto a personalidad emprendedora que la de hombres (Figura 4).

Figura 4. Dimensiones de la personalidad emprendedora según institución educativa y género.



Fuente: Elaboración propia.

Realizando una prueba de hipótesis para verificar las diferencias estadísticas respecto a los rasgos de la personalidad emprendedora entre género de los estudiantes (Tabla 5), se observa que las mujeres se desempeñan mejor que los hombres en Optimismo ($Z = 6.11$), Locus de Control ($Z = 5.13$), Autonomía ($Z = 4.90$), Motivación de Logro ($Z = 3.83$) e Innovación ($Z = 2.44$), mientras que los hombres demuestran tener mejores cualidades emprendedoras que las mujeres en la dimensión de Tolerancia al Estrés ($Z = 4.91$).

Tabla 5. Dimensiones de la Personalidad Emprendedora según género, experiencia laboral y antecedentes empresariales en la familia del alumno universitario.

Dimensión de Emprendimiento	Sexo del estudiante		¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?		¿Tienes experiencia laboral?	
	Hombre	Mujer	Sí	No	Sí	No
Autoeficacia	3.987	3.982	4.015	3.956	4.012	3.930

Autonomía	3.933	4.034	4.022	3.961	4.017	3.938
Innovación	3.997	4.049	4.069	3.974	4.054	3.955
Locus de Control	4.176	4.310	4.272	4.280	4.282	4.255
Motivación de Logro	4.010	4.097	4.088	4.031	4.091	3.985
Optimismo	3.904	4.040	4.013	3.961	4.004	3.947
Tolerancia al Estrés	3.395	3.292	3.384	3.273	3.363	3.266
Toma de Riesgos	3.773	3.781	3.810	3.733	3.803	3.712
Índice General de Emprendimiento	3.902	3.953	3.971	3.892	3.959	3.876

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Los resultados de la Tabla 5 también muestran que la influencia que ejerce para un alumno que su familia tenga un negocio, es determinante pues muestra ventajas en 7 de 8 de los rasgos determinantes de la personalidad emprendedora (excepto en Locus de Control), respecto a los alumnos cuya familia no tiene o ha tenido una empresa. La mayor diferencia entre los alumnos cuya familia tiene o ha tenido una empresa se muestra en los factores de Tolerancia la estrés ($Z = 5.19$) e Innovación ($Z = 4.55$).

Por su parte, los alumnos que manifiestan tener experiencia laboral, reflejan mayores ventajas en 6 de los 8 rasgos característicos de la personalidad emprendedora, respecto a los que no la tienen; excepto en las dimensiones de Locus de Control y Optimismo. La experiencia laboral acentúa una mayor ventaja en factores como Innovación ($Z = 4.25$), Motivación de logro (4.16) y Tolerancia al estrés ($Z = 3.9$).

Los resultados muestran que para mejorar la autoeficacia de los estudiantes universitarios es necesario trabajar en aspectos específicos como la autoconfianza, trabajo bajo presión, toma de decisiones e identificación de oportunidades (o necesidades) de mercado (ver el total de aspectos en Tabla 6).

Tabla 6. Características de la Autoeficacia y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Autoeficacia	Total	Media	Des.Est.
Creo que puedo superar cualquier reto	2,583	4.24	0.846
Tengo capacidad para superar los obstáculos	2,589	4.21	0.772
Encuentro la forma de alcanzar los objetivos planteados	2,587	4.20	0.792
Confío en mis posibilidades	2,588	4.19	0.882
Me gustan los retos que ponen a prueba mi capacidad	2,584	4.19	0.867
Aprovecho las oportunidades que se me presentan	2,588	4.13	0.861

Factores Determinantes del Emprendimiento, una radiografía en jóvenes universitarios

Soy una persona competente	2,587	4.13	0.790
Soy exigente conmigo mismo	2,591	4.08	0.887
Soy capaz de crear situaciones que me permitan alcanzar mis metas	2,588	4.07	0.763
Aprovecho los recursos que tengo a mi alrededor	2,587	4.06	0.866
Puedo resolver cualquier tarea que me proponga	2,588	4.00	0.810
Me siento capaz de afrontar cualquier problema por grave que sea	2,589	3.96	0.877
Resuelvo las tareas de forma eficaz	2,588	3.91	0.778
Me siento capacitado para superar cualquier imprevisto	2,585	3.84	0.827
Soy capaz de identificar oportunidades donde otros no lo hacen	2,585	3.84	0.820
Tomo las decisiones adecuadas	2,586	3.67	0.833
Me resulta sencillo llevar a cabo varios trabajos a la vez	2,583	3.62	0.928
Soy más eficaz que el resto de la gente	2,586	3.32	0.880
Índice de Autoeficacia	2,498	3.98	0.563

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Por su parte, los resultados muestran que la autonomía de los estudiantes puede fortalecerse si se mejoran aspectos como la autoconfianza, independencia, definición de objetivos y planeación de actividades (ver el total de aspectos en Tabla 7).

Tabla 7. Características de la Autonomía y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Autonomía	Total	Media	Des.Est.
Me gusta conseguir éxitos por mí mismo	2,592	4.43	0.767
Me gusta tomar mis propias decisiones	2,580	4.37	0.823
Soy responsable de mis acciones	2,587	4.34	0.885
Me gusta tener libertad en mi trabajo	2,590	4.24	0.805
Me gusta elaborar mi propio plan de trabajo	2,591	4.14	0.831
Me gusta organizar mi tiempo de trabajo	2,590	4.08	0.916
Soy una persona independiente	2,593	4.05	0.889
Prefiero ser yo quien decide cómo hacer mi trabajo	2,587	4.00	0.866
Prefiero que los demás decidan por mí	2,585	3.98	1.233
Me gusta realizar trabajos de forma independiente	2,588	3.96	0.883
Prefiero ser yo quien marque los objetivos a la hora de trabajar	2,593	3.81	0.898
No me gusta que otros tengan el control de mis tareas	2,585	3.58	1.236
Trabajo mejor sin jefes	2,588	3.46	0.956
Necesito que alguien controle mi trabajo para rendir adecuadamente	2,584	3.41	1.185
Indicador de Autonomía	2,528	3.99	0.501

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Los resultados muestran que aspectos como la capacidad de innovación puede ser mejorada en los alumnos si se fortalecen aspectos como la iniciativa, auto resolución de problemas, generación de nuevas ideas y el planteamiento de soluciones alternativas (ver el total de aspectos relacionados en Tabla 8).

Tabla 8. Características de la Innovación y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Innovación	Total	Media	Des.Est.
Me gustaría trabajar en una empresa que aportase cosas nuevas al mercado	2,564	4.35	0.847
Me gusta aprender nuevas formas de trabajar	2,568	4.32	0.821
Me gusta mejorar las cosas	2,567	4.30	0.890
Estoy dispuesto a incorporar ideas nuevas en mis tareas	2,565	4.27	0.789
Apoyo las ideas nuevas	2,546	4.25	0.779
Siempre hay formas diferentes de hacer las cosas	2,559	4.24	0.818
Me gusta hacer cosas nuevas	2,562	4.18	0.883
Busco resolver los problemas de formas distintas	2,565	4.12	0.780
Veo diferentes soluciones a los problemas	2,565	3.98	0.782
Creo que mis ideas son originales	2,563	3.89	0.833
Planteo soluciones diferentes a las de mis compañeros	2,564	3.85	0.793
Mis amigos dicen que tengo buenas ideas	2,565	3.84	0.830
Soy una persona innovadora	2,563	3.76	0.824
Soluciono problemas que otros no pueden	2,564	3.67	0.803
Prefiero que sean otros quienes toman la iniciativa	2,557	3.32	1.106
Índice de Innovación	2,485	4.03	0.510

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Si bien la dimensión Locus de Control es la mejor consolidada en los estudiantes universitarios, ésta puede ser consolidada a través de mejorar aspectos como el asumir la responsabilidad al cometer errores y el miedo al fracaso (ver el total de aspectos en Tabla 9).

Tabla 9. Características del Locus de Control y su medición en estudiantes universitarios.

Características del Locus de Control	Total	Media	Des.Est.
Para alcanzar una meta es necesario esforzarse	2,563	4.52	0.891
El éxito depende de mi esfuerzo	2,566	4.46	0.834

Factores Determinantes del Emprendimiento, una radiografía en jóvenes universitarios

Mis éxitos son consecuencia de mi esfuerzo	2,564	4.45	0.885
Mi futuro depende de lo que yo haga	2,565	4.42	0.903
Puedo resolver los problemas si me esfuerzo lo suficiente	2,562	4.42	0.865
Lo que tengo depende del esfuerzo que hago para conseguirlo	2,564	4.35	0.903
Mi vida depende de mí mismo	2,565	4.29	0.925
Mis errores son culpa mía	2,566	4.14	0.927
Cuando fracaso asumo que el error ha podido ser mío	2,565	4.10	0.874
La nota de un examen depende de lo que hayas estudiado	2,564	3.39	1.192
Índice de Locus de Control	2,533	4.25	0.636

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la motivación de logro puede ser incentivada en los alumnos para mejorar su personalidad emprendedora a través de aspectos como la persistencia, alentar la iniciativa y enfocar el esfuerzo en el cumplimiento de metas (ver los diferentes aspectos en la tabla 10).

Tabla 10. Características de la Motivación de Logro y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Motivación de Logro	Total	Media	Des.Est.
Cuando quiero algo, trabajo duro hasta conseguirlo	2,567	4.31	0.796
Me esfuerzo por conseguir buenos resultados en las tareas que realizo	2,563	4.23	0.801
Aspiro a ser el mejor en mi trabajo	2,563	4.20	0.853
Me siento motivado cuando me enfrento a un reto	2,559	4.17	0.800
Soy persistente cuando persigo mis objetivos	2,564	4.16	0.795
Me exijo mejorar aunque obtenga buenos resultados	2,562	4.07	0.833
Termino las tareas que empiezo	2,565	4.07	0.843
Asumo responsabilidades con facilidad	2,568	4.06	0.801
Cuando tengo miedo de cometer errores hago un esfuerzo extra	2,563	4.06	0.877
Mantengo mis acciones aunque encuentre dificultades	2,563	4.03	0.800
No me importa el esfuerzo realizado si consigo mis objetivos	2,562	3.96	0.990
Me gusta tomar la iniciativa	2,564	3.96	0.884
No tengo miedo a las tareas difíciles	2,562	3.88	0.932
Abandono mi objetivo ante la primera dificultad	2,561	3.67	1.270
Índice de Motivación de Logro	2,515	4.06	0.548

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Los resultados muestran que para mejorar el Optimismo en los alumnos universitarios es necesario trabajar en aspectos como estimular el pensamiento positivo y el análisis de riesgos (ver resultados de otros aspectos en Tabla 11).

Tabla 11. Características del Optimismo y su medición en estudiantes universitarios.

Características del Optimismo	Total	Media	Des.Est.
Creo que conseguiré las principales metas de mi vida	2,581	4.37	0.784
Cuando pienso en el futuro soy positivo	2,584	4.35	0.844
Tengo confianza en el futuro	2,579	4.20	0.808
Tengo confianza en superar los problemas	2,582	4.19	0.756
Veo los aspectos positivos de las cosas	2,580	4.15	0.766
Veo cada reto como una oportunidad de éxito	2,578	4.12	0.827
Soy una persona optimista	2,577	4.06	0.883
Por muy mal que salgan las cosas encuentro aspectos positivos	2,582	4.05	0.822
Me ocurren más cosas buenas que malas	2,576	3.64	1.014
Pienso que todo saldrá mal	2,580	3.57	1.328
Las personas optimistas no son realistas	2,565	3.13	1.204
Índice de Optimismo	2,525	3.98	0.547

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

La dimensión de la personalidad emprendedora que menos desarrollada muestran los alumnos universitarios es la tolerancia al estrés, los resultados muestran que los jóvenes pueden llegar a trabajar bajo presión pero les cuesta trabajo desarrollarse o hacer diferentes actividades cuando tienen estrés por lo que requieren conocer y dominar técnicas para controlarlo (ver aspectos en Tabla 12).

Tabla 12. Características de la Tolerancia al Estrés y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Tolerancia al Estrés	Total	Media	Des.Est.
Soy capaz de trabajar bajo presión	2,578	3.84	0.982
Controlo bien mis emociones	2,584	3.55	1.015
Soy capaz de concentrarme en situaciones estresantes	2,582	3.55	0.970
Cuando tengo alguna preocupación rindo de manera adecuada	2,583	3.45	1.016
Manejo bien las situaciones de estrés	2,580	3.38	1.013
Me agobia el futuro	2,579	3.32	1.234
Hay pocas situaciones que me generen estrés	2,578	3.23	1.052
Me bloqueo cuando tengo mucho trabajo	2,583	3.13	1.172

Factores Determinantes del Emprendimiento, una radiografía en jóvenes universitarios

El estrés me impide hacer otras actividades	2,577	3.11	1.027
El estrés me impide hacer otras actividades	2,582	3.09	1.131
Me estreso con facilidad	2,578	3.04	1.177
Índice de Tolerancia al Estrés	2,540	3.34	0.526

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

La toma de riesgos es una característica de las más importantes en una personalidad emprendedora, no obstante es el segundo factor (de ocho) con menor desempeño que registran los alumnos universitarios, por lo que es necesario trabajar en técnicas y metodologías para controlar y reducir el riesgo en las decisiones que tomen los alumnos tanto en la vida práctica como profesional (ver resultados para los diferentes aspectos de la toma de riesgos en Tabla 13).

Tabla 13. Características de la Toma de Riesgos y su medición en estudiantes universitarios.

Características de la Toma de Riesgos	Total	Media	Des.Est.
Si algo merece la pena tienes que arriesgarte para conseguirlo	2,576	4.21	0.814
El que no arriesga no gana	2,583	4.11	0.848
Estoy dispuesto a correr riesgos si existe una recompensa	2,583	4.09	0.860
Asumir riesgos es necesario	2,584	4.06	0.816
Me arriesgo para conseguir lo que deseo	2,579	4.05	0.875
Pienso que el miedo a perder no me debe frenar	2,576	3.97	0.918
Soy capaz de renunciar a cosas que ya tengo por alcanzar un objetivo mejor	2,582	3.80	0.987
Tiendo a asumir riesgos	2,578	3.77	0.909
No me importa asumir riesgos	2,580	3.76	0.923
Me gusta la emoción de correr riesgos	2,574	3.69	0.933
Apuesto por lo que creo aunque haya cierto riesgo de perdidas	2,583	3.50	1.007
No asumir riesgos es de cobardes	2,575	3.33	1.114
Abandono una idea si tiene riesgo	2,582	3.32	1.161
Evito las situaciones que implican algún riesgo por pequeño que sea	2,569	3.20	1.211
Índice General de Emprendimiento	2,193	3.93	0.413

Fuente: Elaboración propia con uso del SPSS v.22.

Conclusiones

Este estudio ha permitido identificar que la personalidad emprendedora en estudiantes universitarios se caracteriza por un alto Locus de Control, Motivación de logro e Innovación, no obstante es necesario trabajar en su formación en aspectos como Tolerancia al estrés y Toma de riesgos. Asimismo, al presentar los datos bajo las diferentes categorías de análisis resultan ser diferenciados, de tal manera que:

Las mujeres muestran tener una personalidad emprendedora más consolidada que la de los hombres, en particular en seis de las 8 dimensiones que determinan el emprendimiento, mientras que el hombre sólo tiene una ventaja de emprendimiento que es la tolerancia al estrés, lo cual confirma nuestra hipótesis principal.

Las instituciones de educación superior, participantes en este estudio, cuyos alumnos registran una mejor personalidad emprendedora son la Universidad de Occidente (Unidad Guasave), el Instituto Politécnico Nacional (ESCA Tepepan) y la Universidad Politécnica de San Luis Potosí.

Los alumnos que reconocen que su familia tiene o ha tenido una empresa resultan tener una personalidad emprendedora más consolidada, respecto a alumnos cuya familia no ha tenido alguna experiencia con empresa propia. El factor de emprendimiento que más favorece a los alumnos cuya familia tiene o ha tenido una empresa es la tolerancia al estrés y la innovación.

Los resultados muestran que aquellos alumnos que estudian una licenciatura muestran una más consolidada personalidad emprendedora que aquellos que estudian una carrera en el área de ingeniería.

Los alumnos que en la universidad están en una condición de solteros muestran una mejor personalidad emprendedora respecto a los que se encuentran casados. Los alumnos que tienen experiencia laboral muestran ser más emprendedores que aquellos que no la tienen, esta experiencia laboral se expresa con más intensidad en los factores de innovación, motivación de logro y la tolerancia al estrés.

Las cifras muestran que no existe una diferencia significativa de personalidad emprendedora entre mujeres solteras y aquellas que son madres solteras, lo mismo pasa respecto al semestre que estudian los alumnos. Los resultados muestran que, para mejorar los factores determinantes de la personalidad emprendedora en los jóvenes universitarios, es necesario mejorar diversos aspectos como la autoconfianza, el trabajo bajo presión, la toma de decisiones, la identificación de oportunidades, la independencia, definición de objetivos, cumplimiento de metas y planeación de actividades, iniciativa, la auto resolución de problemas, generación de nuevas ideas, plantear soluciones alternativas, asumir responsabilidad por errores, la persistencia, pensamiento positivo, análisis del riesgo y el control del estrés, entre otras.

Esta investigación muestra que, si bien los alumnos universitarios registran un menor desarrollo de la tolerancia al estrés, esta disminuye si los alumnos provienen de una familia que ha tenido o tiene una empresa o si el alumno tiene experiencia laboral.

Recomendaciones

Como podemos identificar el emprendimiento depende de un gran número de aspectos, muchos de los cuales dependen de factores externos y de la formación universitaria, como la tolerancia al estrés y la autoconfianza. No obstante, las instituciones de educación superior a través de sus programas educativos, pueden identificar asignaturas adecuadas para incorporar temáticas que permitan consolidar esta parte de la personalidad emprendedora de los alumnos.

Si bien se identificó que la tolerancia al estrés es el factor más débil de la personalidad emprendedora de los alumnos, los resultados muestran que aspectos como la experiencia laboral, la experiencia de tener una empresa o factores como la motivación de logro y el optimismo están relacionados favorablemente con la tolerancia al estrés, por lo que actividades relacionadas con la creación de negocios, prácticas profesionales, servicio social, una educación bajo un modelo dual, estancias de estudiantes en empresas, participación en veranos de la ciencia o desarrollar técnicas de pensamiento positivo, liderazgo, entre otras, pueden ayudar a complementar la personalidad emprendedora de los estudiantes universitarios.

Bibliografía

- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. y Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499.
- Alvarado Muñoz, Oscar, Rivera Martínez, Wilfred F., Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración* [en línea] 2011, 27 (Enero-Junio): [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018].
- Amurrio Velez, Mila, Ane Larrinaga Rentería, Elisa Usategui Basozabal, Ana Irene Del Valle Loroño (2008). Violencia de género en las relaciones de pareja de adolescentes y jóvenes de Bilbao. Universidad del País Vasco, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Departamento de Sociología.
- Bandura, A. (2012). On the function properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of management*, 38, 9-44.
- Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A.: (2014): "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd", *Journal of Business Venturing*, vol. 29, no. 5, pp. 585-609.
- Beltrán-Llera, J. y Bueno-Álvarez, J. J. (Eds.). (1995). *Psicología educativa*. Barcelona:

Marcombo.

CAF (2013). *Emprendimientos en América Latina: desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. Banco de Desarrollo de América Latina.

CAF (2016). *Más habilidades para el trabajo y la vida: los aportes de la familia, la escuela, el entorno y el mundo laboral*. Banco de Desarrollo de América Latina.

Duarte Cueva, Franklin (2007), *Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial*. *Contabilidad y Negocios [en línea]* 2007, 2 (Julio-Sin mes): [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018]

ESBAN (2009). *Red Española de Business Angel (ESBAN), Programa de Impulso a las Redes de Business Angel*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España y la European Trade Association for business angels (EBAN).

ESM (2016). *European Startup Monitor*.

Esteban G., J.M. (2016). "Fortaleciendo un ecosistema público de emprendimiento: el caso del País Vasco". En: *Revista Alter Enfoques Críticos. Competitividad empresarial y desarrollo local*. Núm. 14. Universidad del Centro de México.

Ester Badilla-Marín (2017). *Relación entre la motivación al logro y el sentido de propósito con la permanencia de un grupo de madres adolescentes en el sistema educativo costarricense, un aporte desde la orientación*. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)*. Vol. 21(3) Septiembre-diciembre, 2017: 1-22.

GEM (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Global Report 2016 / 2017*

Herrera Mendoza, Ketty, Gutiérrez, José Manuel (2014). *El emprendimiento como iniciativa para la creación de empresas: análisis de la perspectiva psicológica y contextual*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve) [en línea]* 2014, XX (Abril-Junio) : [Fecha de consulta: 6 de febrero de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28031815008>>

Jiménez-Segura, F. y Arguedas-Negrini, I. (2004). *Rasgos de sentido de vida del enfoque de resiliencia en personas mayores en los 65 y 75 años*. *Revista Actualidades Investigadas en Educación*, 4(2), 1-28. Recuperado de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/view/9090/17488>

McClellan, D.C. (1955). *Studies in motivation*. New York: Free Press.

Moore, S. y Gullone, E. (1996). *Predicting adolescent risk behavior using a personalized cost benefit analysis*. *Journal of Youth and Adolescence*.

Moriano, J.A., Palací, J.F. y Morales, J.F. (2006). *Adaptación y validación en España de la escala de autoeficacia emprendedora*. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.

OECD (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for*

Data Collection. OECD Statistics Working Paper

OECD (2017, 1). Entrepreneurship at a Glance 2017. OECD Publishing, Paris

OECD (2017). Perspectivas económicas de América Latina. OECD, CEPAL.

OECD/European Union (2017), The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris

Paz-López, M. (2005). La práctica del orientador educativo y la motivación de logro en los alumnos. *Revista Mexicana de Orientación Educativa*, 3(6), 31-37.

Pedrosa García, Ignacio (2015). Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informatizado. Tesis doctoral. Universidad de Oviedo, España.

Rauch, A. y Frese, M. (2007b). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*.

Rodríguez, M. R., & Alvarado, N. R. (2013). Salud, optimismo y afrontamiento en trabajadores profesionales y no profesionales que trabajan en contextos altamente estresantes. *Revista Acta Colombiana de Psicología*, 16(1), 149-157

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80.

Ruiz, Ángel (2012). Aprende a emprender: Universidad y emprendimiento, en *Revista de Estudios de Juventud: Una oportunidad en tiempos de crisis*. N° 99. Jan 11, 2012. Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)

SE (2006). Programa Nacional de Empresas Gacela 2006 – 2012 (PNEG). Secretaría de Economía.

SE (2013). Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018. Gobierno de la República. Secretaría de Economía.

Torroba H., Luis (2014). Factores clave en el desarrollo del emprendimiento. Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Mayo, 2014

Van Gelderen M. y JANSEN, P. (2006). "Autonomy as a start-up motive". *Journal of Business and Enterprise Development*, 13(10), pp.23–32.

Vargas Z., Medardo (2010). "Emprendimiento y liderazgo". En: *Revista Académica e Institucional*, de la UCPR, No. 87, Páginas 65 -72.

Anexos

Instrumentos de investigación



Test adaptativo para la evaluación de la personalidad emprendedora

El presente instrumento tiene la finalidad de evaluar los rasgos de personalidad y actitudes asociadas al emprendedurismo. Favor de responder a cada ítem considerando la escala de medición sugerida.

Nombre		Carrera					Género		Semestre
		LAG <input type="checkbox"/>	LMKI <input type="checkbox"/>	ITI <input type="checkbox"/>	ISTI <input type="checkbox"/>	ITMA <input type="checkbox"/>	ITEM <input type="checkbox"/>	H <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	
¿Trabajas?	Estado civil				¿Tienes hijos?	¿Madre soltera?			
Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/>				Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Autoeficacia	TD	D	A/D	A	TA
Aprovecho los recursos que tengo a mi alrededor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprovecho las oportunidades que se me presentan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confío en mis posibilidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy exigente conmigo mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creo que puedo superar cualquier reto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encuentro la forma de alcanzar los objetivos planteados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gustan los retos que ponen a prueba mi capacidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me resulta sencillo llevar a cabo varios trabajos a la vez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me siento capaz de afrontar cualquier problema por grave que sea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resuelvo las tareas de forma eficaz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy más eficaz que el resto de la gente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me siento capacitado para superar cualquier imprevisto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy capaz de crear situaciones que me permitan alcanzar mis metas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tomo las decisiones adecuadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puedo resolver cualquier tarea que me proponga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy capaz de identificar oportunidades donde otros no lo hacen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy una persona competente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tengo capacidad para superar los obstáculos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

El emprendimiento y los jóvenes. Dimensiones psico-sociales

Rasgo / Actitud / Autonomía	TD	D	A/D	A	TA
Me gusta organizar mi tiempo de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta conseguir éxitos por mí mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta elaborar mi propio plan de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta tomar mis propias decisiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Necesito que alguien controle mi trabajo para rendir adecuadamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me gusta que otros tengan el control de mis tareas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prefiero que los demás decidan por mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy responsable de mis acciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajo mejor sin jefes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta realizar trabajos de forma independiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prefiero ser yo quien decide cómo hacer mi trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prefiero ser yo quien marque los objetivos a la hora de trabajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta tener libertad en mi trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy una persona independiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Innovación	TD	D	A/D	A	TA
Apoyo las ideas nuevas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Busco resolver los problemas de formas distintas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creo que mis ideas son originales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta aprender nuevas formas de trabajar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estoy dispuesto a incorporar ideas nuevas en mis tareas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta mejorar las cosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gustaría trabajar en una empresa que aportase cosas nuevas al mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soluciono problemas que otros no pueden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mis amigos dicen que tengo buenas ideas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planteo soluciones diferentes a las de mis compañeros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy una persona innovadora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veo diferentes soluciones a los problemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Siempre hay formas diferentes de hacer las cosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prefiero que sean otros quienes toman la iniciativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta hacer cosas nuevas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexos

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Locus de control	TD	D	A/D	A	TA
La nota de un examen depende de lo que hayas estudiado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando fracaso asumo que el error ha podido ser mío	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El éxito depende de mi esfuerzo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mis éxitos son consecuencia de mi esfuerzo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lo que tengo depende del esfuerzo que hago para conseguirlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mi futuro depende de lo que yo haga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mis errores son culpa mía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mi vida depende de mí mismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para alcanzar una meta es necesario esforzarse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Puedo resolver los problemas si me esfuerzo lo suficiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Motivación de Logro	TD	D	A/D	A	TA
Abandono mi objetivo ante la primera dificultad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aspiro a ser el mejor en mi trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asumo responsabilidades con facilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando quiero algo, trabajo duro hasta conseguirlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando tengo miedo de cometer errores hago un esfuerzo extra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantengo mis acciones aunque encuentre dificultades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me exijo mejorar aunque obtenga buenos resultados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me esfuerzo por conseguir buenos resultados en las tareas que realizo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me importa el esfuerzo realizado si consigo mis objetivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me siento motivado cuando me enfrento a un reto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No tengo miedo a las tareas difíciles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy persistente cuando persigo mis objetivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta tomar la iniciativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Termino las tareas que empiezo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

El emprendimiento y los jóvenes. Dimensiones psico-sociales

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Optimismo	TD	D	A/D	A	TA
Creo que conseguiré las principales metas de mi vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando pienso en el futuro soy positivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las personas optimistas no son realistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me ocurren más cosas buenas que malas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pienso que todo saldrá mal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veo cada reto como una oportunidad de éxito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Por muy mal que salgan las cosas encuentro aspectos positivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veo los aspectos positivos de las cosas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tengo confianza en superar los problemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tengo confianza en el futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy una persona optimista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Tolerancia al Estrés	TD	D	A/D	A	TA
Controlo bien mis emociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuando tengo alguna preocupación rindo de manera adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El estrés me impide hacer otras actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es difícil que una situación me ponga nervioso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hay pocas situaciones que me generen estrés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manejo bien las situaciones de estrés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me agobia el futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me estreso con facilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me bloqueo cuando tengo mucho trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy capaz de concentrarme en situaciones estresantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy capaz de trabajar bajo presión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexos

Escala de medición: TD. Totalmente en desacuerdo D. En desacuerdo
A/D. Ni de acuerdo ni en desacuerdo A. De acuerdo TA. Totalmente de acuerdo.

Rasgo / Actitud / Toma de Riesgos	TD	D	A/D	A	TA
Abandono una idea si tiene riesgo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apuesto por lo que creo aunque haya cierto riesgo de perdidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asumir riesgos es necesario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El que no arriesga no gana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estoy dispuesto a correr riesgos si existe una recompensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me arriesgo para conseguir lo que deseo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evito las situaciones que implican algún riesgo por pequeño que sea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pienso que el miedo a perder no me debe frenar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me importa asumir riesgos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No asumir riesgos es de cobardes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me gusta la emoción de correr riesgos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Si algo merece la pena tienes que arriesgarte para conseguirlo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soy capaz de renunciar a cosas que ya tengo por alcanzar un objetivo mejor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiendo a asumir riesgos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Aspecto	Sí	No
¿Tu familia tiene o ha tenido algún negocio?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En caso de ser afirmativa la respuesta ¿has participado en el negocio familiar?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
¿Tienes experiencia laboral?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Semblanza de los autores

Adriana Mariela de la Cruz Caballero

Doctora en Planeación estratégica y Dirección de Tecnología, por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Maestra en Administración por la Universidad Juárez Autónoma del Estado de Tabasco. Profesora del Instituto Tecnológico Superior de Centla en el área de Gestión Empresarial, en el estado de Tabasco. Asesor de proyectos del Programa de Incubación en Línea del INADEM, Asesor técnico de SAGARPA en el Componente Proyectos Productivos (FAPPA). Certificaciones ante el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales CONOCER en Los estándares de competencia EC0217 y EC0020. Correo electrónico: adriana18100@hotmail.com

Aida Dinorah García Álvarez

Es Doctora en Educación con la especialidad en Formación Docente, Académica-Investigadora de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, Empresaria y Representante Legal del Corporativo GH Ortopédicos. Tiene experiencia en reestructuración de planes y programas de estudios presencial y a distancia, Es titular de las Asignaturas de Dirección, y Recursos Humanos de la licenciatura en Administración y Administración de Pequeñas y Medianas Empresas en nivel Maestría. Cuenta con una Certificación Académica en Administración de ANFECA y es miembro del Sistema Estatal de Investigadores del Estado de Tabasco. Además, es integrante del Cuerpo Académico Competitividad y Conocimiento de la comisión institucional de la DACEA en investigación, planes de estudio de licenciatura y posgrado. Correo electrónico: aida.garcia@ujat.mx

Alfonso Muñoz Güemes

Investigador Nacional Nivel I, SNI CONACYT. Licenciado en Etnología por la Escuela Nacional de Antropología e Historia, México D.F., 1994. Diplomado en Desarrollo Económico por la Facultad de Economía y Ciencias Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, España, 1996. Licenciado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid, España, 1997. Doctor en Ciencias Políticas por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, España, 1999. Cuenta con el Reconocimiento Perfil PROMEP. Recibió el premio Raúl Guerrero al mejor producto de investigación y difusión del patrimonio musical otorgado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia 2011. Es Profesor de Tiempo Completo en la Licenciatura de Gestión y Políticas Públicas en la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Cd. Valles. En esta institución es Profesor del Diplomado en Alta Gerencia en Gobiernos Locales, del Diplomado en Administración Pública Municipal, así como de la Maestría en Administración.

Correo electrónico: amunozgueses@gmail.com; alfonso.munoz@uaslp.mx

Alma Lorena Rodríguez Contreras

Egresada del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí de la licenciatura en Administración con especialidad en Recursos Humanos. Maestría en Administración de Negocios con enfoque en Calidad y Productividad en el Tec Milenio. Experiencia profesional de 11 años en diversas empresas. Trabajó en el Instituto Tecnológico Superior de San Luis Potosí, Capital desempeñándose como Jefe de Planeación, y en puestos administrativos en las áreas de Planeación, Innovación y Calidad y Desarrollo de Personal. Al mismo tiempo desempeñando el rol de docente en las diferentes carreras del Instituto. Ha tomado diplomados en docencia, así como cursos de formación profesional y docente.

A impartido conferencias y cursos en diferentes empresas e instituciones. Actualmente labora en el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí como docente con una antigüedad de 6 años.

Armando Sánchez Macías

Es Contador Público y Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP). Doctor en Educación por la Universidad de Tlaxcala. Es autor de más de 25 artículos en revistas arbitradas e indexadas, así como en capítulos de libro y publicaciones de divulgación científica. Ha participado como ponente, conferencista y organizador en eventos científicos nacionales e internacionales. Actualmente es Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Licenciatura en Administración de la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Sus líneas de investigación son inclusión y educación financiera en microempresarios y Tecnología de la Información y Comunicación en procesos educativos. Correo electrónico: armando.sanchez@uaslp.mx

Beatríz Oralía Ríos Velázquez

Profesor investigador y colaborador del cuerpo académico: Empresas, Tecnologías y sociedad de la Información y el conocimiento, Tecnológico Nacional de México en San Luis Potosí Correo electrónico: beatriz.o.rios@gmail.com.

Benedicta María Domínguez Valdez

Es Profesora investigadora en la Universidad Politécnica de Tulancingo, imparte cátedras tanto a nivel licenciatura como en posgrado, ha participado en congresos internacionales y nacionales, ha publicado en revistas a nivel nacional e internacional, es doctora en Dirección de organizaciones. Correo electrónico: benedicta.dominguez@upt.edu.mx

Bernardo León García

Licenciatura en Administración Bancaria, Maestría en Administración con Especialidad en Finanzas por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Obtuvo diplomados en Análisis de Crédito y Evaluación de Proyectos de Inversión, en Administración de Riesgo, en Comercio Exterior. Veinticinco años trabajando en Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. y cinco años en otras empresas de la iniciativa privada, en áreas de comercio exterior mediante elaboración de Planes de Mercadotecnia Internacional con énfasis en Desarrollo de Nuevos Productos.

A partir de 2007 se desempeña como Profesor Investigador de Tiempo completo en la Universidad Politécnica de San Luis Potosí y del 2015 a la fecha como Coordinador del Programa Educativo de Licenciatura en Mercadotecnia Internacional. Su experiencia laboral ha sido empresarial y académica. En su trayectoria profesional se cuentan desde negocios familiares, puestos gerenciales, consultoría empresarial y formulación y evaluación de proyectos de inversión. Su desempeño académico a nivel Licenciatura y Maestrías es en materias de: Mercadotecnia Internacional, Comercio Exterior, Finanzas, Administración, Plan de Negocios, Consultoría y Análisis del Consumidor en Universidades Públicas y Privadas. Es Miembro del Cuerpo Académico "Desarrollo Local y Competitividad Empresarial" en el que participa en proyectos e investigaciones de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Correo electrónico: bernardo.leon@upslp.edu.mx

Camilo Márquez de Anda

Licenciado en Administración de empresas por la Escuela Profesional de Comercio y Administración (EPCA), Maestro en Desarrollo Organizacional por la Universidad de Guanajuato (U de Gto.), Doctorado en Administración en la Universidad de Celaya. Presidente del Colegio Nacional de Licenciados en Administración de León (CONLA). Académico de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de León, miembro del Cuerpo Académico Económico Administrativo de la Universidad Tecnológica de León con clave UTLEON-CA-02, miembro de la Red Latinoamericana en Administración y Negocios "RELAYN". Correo electrónico: cmarquez@utleon.edu.mx

Carmen del Pilar Suárez Rodríguez

Licenciado en electrónica Física, con maestría en Ingeniería de Materiales y Metalurgia, Doctor en Física Educativa. Profesor investigador adscrito a la carrera de Ingeniería Mecánica Eléctrica de la Coordinación Académica Región Huasteca Sur de la UASLP. Profesor del posgrado en educación en la ENESMAPO Plantel 5, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I, Profesor con perfil Deseable, Secretaria Técnica del Consejo Municipal de Ciencia y Tecnología de Tamazunchale, vicepresidenta de la Asociación Americana de Profesores de Física de la AAPT sección México y Presidenta de la Escuela de Pequeños ingenieros, A.C. Su trabajo de investigación se centra en educación científica para la ciudadanía, y estrategias de enseñanza aprendizaje de las ciencias para el desarrollo de habilidades cognitivas de orden superior y el pensamiento crítico. Espera a través de estas líneas conducir el aprendizaje a la solución de problemas sociales. Código Orcid <https://orcid.org/0000-0003-4482-8355>.

Correo electrónico: pilar.suarez@uaslp.mx

Claudia Vega Hernández

Maestra en Gestión de Tecnologías de la información es profesora de tiempo completo en la Universidad Politécnica de Tulancingo imparte clase en la Licenciatura en Negocios Internacionales, tiene reconocimiento al perfil deseable PRODEP de la SEP, miembro del cuerpo académico Desarrollo Empresarial, miembro de la Red Latinoamericana de Investigación y Negocios (RELAYN) participando en publicaciones de la Red.

Correo electrónico: claudia.vega@upt.edu.mx

Cynthia Zamora Pedraza

Estancia Posdoctoral en el área de biotecnología en el Centro de Investigación y Asistencia Tecnológica del Estado de Jalisco. Doctorado en Ciencias Ambientales por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Maestría en Hidrosistemas opción Ambiental por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Licenciatura en Químico Farmacobiólogo por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Licenciada en Educación Media Superior en la Especialidad de Español. Institución: Escuela Normal Superior de Tamaulipas. Arbitro de la Revista de Food Quality Autora de artículos científicos. Tallerista y conferencista en diferentes eventos académicos. Actualmente Coordinadora del posgrado de la Escuela Normal de Estudios Superiores del Magisterio Potosino. 2017.

Dolores Guadalupe Álvarez Orozco

Doctora en Administración. Universidad Politécnica de Guanajuato. Correo electrónico: dalvarez@upgto.edu.mx

Edgar Alejandro Berrospe Ochoa

Ingeniero Agrónomo Especialista en Fitotecnia por la Universidad Autónoma de Chapingo (UACH). Maestro en Ciencias en Edafología por el Colegio de Postgraduados. Doctor en Ciencias en Recursos Genéticos y Productividad-Fruticultura por el Colegio de Postgraduados (COLPOS) con estancias de investigación en la Universidad de California en Davis. Es Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: edgar.berrospe@uaslp.mx

Elba Martina Cortes Palacios

Es originaria de Cd. Puerto Vallarta. y egresado de la carrera de Licenciatura en Administración, estudió la Maestría en Administración por la Universidad de Guadalajara y el Doctorado en Ciencias Administrativas por el IPN. Actualmente es Profesor-Investigador de Tiempo Completo adscrito a la Licenciatura en Administración en el Departamento de Estudios Económico-Administrativos, del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, obtuvo la certificación ANFECA periodo 2010-2013. Cuenta con publicaciones en revistas arbitradas e indexadas y capítulos de libro. Correo electrónico: emcpalacios@gmail.com

Eva Conraud Koellner

Es de nacionalidad francesa, y radica en México desde hace 26 años. Es Doctora en Ciencias de la Administración, egresada del Instituto Politécnico Nacional de México D.F., con una especialidad en mercadotecnia ambiental. Es autora de varios libros sobre responsabilidad social empresarial, gestión ambiental en México y temas emergentes de mercadotecnia y ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales sobre el comportamiento verde de los mexicanos y la mercadotecnia ambiental aplicada en el contexto mexicano. Actualmente trabaja como profesora investigadora en la Universidad de Guanajuato. Correo electrónico: evac@ugto.mx

Flavio Hernández Hernández

Es Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Ciudad Valles. Adscrito al PE Contador Público. Miembro del Cuerpo Académico: "Competitividad Regional Sustentable"

Francisco Javier Segura Mojica

Doctor en Administración Pública por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor Investigador en el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí. Ha publicado artículos en revistas científicas de México, España, Estados Unidos, Argentina y Reino Unido. También es autor del libro "El Mapa de las Pymes" y coordinador del libro "Pymes, entre la sobrevivencia y el desempeño innovador". Pertenece al Cuerpo Académico "Empresas, Tecnologías y Sociedad de la Información y el Conocimiento". Se ha desempeñado en cargos directivos en el Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, en la Contraloría General del Estado y en la Secretaría de Planeación del Desarrollo, y actualmente participa en proyectos de colaboración con empresas del sector manufacturero en la entidad.
Correo electrónico: recursosmx@yahoo.com

Graciela Susana Leal Lucio

Contador Público y Maestría en Administración por la Universidad de Guanajuato. Académica de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de León, Coordinadora de UGAC de Mercadotecnia y Comercio. Miembro de la Red Latinoamericana en Administración y Negocios "RELAYN". Correo electrónico: gleal@utleon.edu.mx

Griselda Meraz Acevedo

Licenciada en Turismo, egresada de la Universidad Valle del Bravo; Maestra en Administración por la UASLP. Actualmente es Profesor Investigador de Tiempo Completo en las carreras de Turismo Sustentable y Técnico Superior Universitario en Gastronomía así como coordinadora del Departamento de Tutorías de la UASLP-UAMZH. Integrante del grupo de Investigación para México de la Fundación RECINATUR. Sus líneas de investigación se enfocan, principalmente, a temas administrativos aplicados a la tutoría, así como la relevancia de la gastronomía regional en la configuración de la identidad huasteca, los cuáles han sido publicados en revistas arbitradas, de divulgación, memorias de congresos y libros electrónicos. <https://orcid.org/0000-0002-1718-4120>.
Correo electrónico: griselda.meraz@uaslp.mx

Irma B. Suárez Rodríguez

Licenciada en administración de empresas turísticas, con maestría en mercadotecnia turística, Profesor Investigador, Perfil PRODEP, Secretaria de Planeación de la Unidad Multidisciplinaria de la Región Huasteca de la UASLP.
Correo electrónico: irma.suarez@uaslp.mx

José Antonio Zárate Marcelaño

Profesor investigador y colaborador del cuerpo académico: Empresas, Tecnologías y sociedad de la Información y el conocimiento, Tecnológico Nacional de México en San Luis Potosí Correo electrónico: zaratemx@yahoo.com.mx

José Ascención Moreno Montalvo

Maestro de Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y egresado de la carrera de Licenciatura en Administración y Gestión por parte de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Sus intereses de investigación se centran en el emprendedurismo y el capital intelectual y el valor que generan en la sociedad y las organizaciones. Actualmente funge como profesor de asignatura en la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Correo electrónico: jose_ascencion_moreno@hotmail.com.

José Felipe Ojeda Hidalgo

Profesor – Investigador de la Universidad Politécnica de Guanajuato, perfil Promep, Miembro del Registro CONACYT de Evaluadores Acreditados (RCEA) convocatoria 290718, RCEA-0524826-2012 en el Área 5 Sociales y Económicas. Su producción consta a la fecha de 23 ponencias en congresos nacionales e internacionales, 16 artículos, 20 capítulos de libros, 8 publicaciones coordinadas y 5 conferencias nacionales e internacionales. Sus líneas de investigación son la Responsabilidad Social, el clima, la cultura, la satisfacción y el compromiso organizacional y el desarrollo estratégico de las pymes. Correo electrónico: jojeda@upgto.edu.mx

José Luis Bravo Silva

Es originario de Cd. Puerto Vallarta. y egresado de la carrera de Licenciatura en Administración, la Maestría en Administración por la Universidad de Guadalajara y el Doctorado en Ciencias Administrativas por el IPN. Actualmente es Profesor-Investigador de Tiempo Completo y Coordinador de la Maestría en Administración de Negocios, adscrito a la Licenciatura en Administración en el Departamento de Estudios Económico-Administrativos, del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara. Cuenta con publicaciones en revistas arbitradas e indexadas y capítulos de libro. Correo electrónico: jose.bravo@cuc.udg.mx

José Manuel Baqueiro López

Es originario de la Ciudad de México, es Ingeniero Industrial egresado del Instituto Tecnológico de Mérida, con Maestría y Doctorado en Administración por la Universidad del Sur Campus Mérida (Yucatán). Desde el 2014 se desempeña como profesor por

horas impartiendo cursos de nivel licenciatura en áreas de las matemáticas, finanzas y emprendedores en la Universidad Autónoma del Carmen. Ha laborado como consultor en las áreas de desarrollo humano para empresas como Desarrollo y Capacitación Organizacional, y Asesores en Capacitación Empresarial. Líneas de investigación: Responsabilidad social, productividad y competitividad en las organizaciones. Correo electrónico: jmbaqueiro@gmail.com

Juan Ángel Morales Rueda

Es Doctor en Ciencias de los Alimentos por parte de la Universidad Autónoma de Querétaro (2009). Realizó un posdoctorado en el Laboratorio de Físicoquímica de Alimentos de Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Trabajo en el sector industrial en el área de IDTI y Protección Industrial. Actualmente, es Profesor Investigador de la Coordinación Académicas Región Altiplano Oeste de la UASLP. Sus intereses científicos son el desarrollo de organogeles a base de ceras vegetales en líquidos apolares para el aprovechamiento y funcionalización de plantas nativas del altiplano potosino y la evaluación de las propiedades mecánicas de sistemas comestibles a base de lípidos. Correo electrónico: angel.morales@uaslp.mx

Juan Carlos Neri Guzmán

Profesor-investigador de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Doctor por la University of Social Sciences in Lodz, Poland, Maestro en Desarrollo Regional por El Colegio de la Frontera Norte y Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma Metropolitana. Cuenta con el Reconocimiento a Perfil Deseado como Profesor de Tiempo Completo otorgado por el Comité Evaluador del PRODEP de la SEP, es líder del Cuerpo Académico "Desarrollo Local y Competitividad Empresarial", es reconocido como Investigador Nacional Nivel I por el CONACYT, participa activamente en redes de investigación, productivas y empresariales, es miembro de The Competitiveness Institute como promotor de políticas de agrupamiento industrial (clúster), forma parte del Registro de Evaluadores Acreditados (RCEA) del Sistema Nacional de Evaluación Científica y Tecnológica del CONACYT, es integrante del Instituto de Administración Pública del Estado de San Luis Potosí, A.C., forma parte de la Comisión de Evaluación del Fondo Mixto Conacyt-Gobierno del Estado de San Luis Potosí, y es Miembro del Comité Académico Universitario de la Red Internacional de Investigadores en Ciencias de la Gestión – REINICIG. A la fecha ha publicado 5 libros, 13 capítulos de libro, más de 20 artículos de investigación e impartido más de 20 ponencias tanto a nivel nacional como internacional. Ha impartido cátedra a nivel licenciatura y posgrado en diferentes instituciones del país. No. ORCID: 0000-0002-2711-6797. Correo electrónico: jc.neriguzman@gmail.com; carlos.neri@upslp.edu.mx

Laura Araceli López Martínez

Ingeniero en Alimentos por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), Maestra en Ciencia de los Alimentos por la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), Doctora en Bioprocesos por parte de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) con estancia de investigación en la Universidad de Guelph en Ontario Canadá. Es Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP). Tiene distinción de Candidato en el Sistema Nacional de Investigadores.

Correo electrónico: araceli.lopez@uaslp.mx

Laura López López

Egresada de la Universidad Politécnica de Guanajuato . Participó en coloquios y congresos y cuentan con un capítulo de libro de investigación publicado actualmente es coordinadora de capacitación y desarrollo organizacional en una empresa manufacturera.

Liliana de Jesús Gordillo Benavente

Doctora en Dirección y Mercadotecnia egresada de la Universidad Popular Autónoma de Puebla, se ha desempeñado como profesor investigador en la Universidad Politécnica de Tulancingo desde el año 2003, ha impartido cátedras en el área de Licenciaturas y Posgrado, actualmente se encuentra adscrito a la División de Estudios de Investigación y Posgrado de la UPT, se ha desempeñado como Coordinadora a nivel nacional del diseño curricular de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes, actualmente coordina los trabajos de Diseño Curricular del Doctorado en Ciencias de la Gestión Administrativa, ha publicado en Revistas nacionales e internacional, ha publicado capítulos de libro en editoriales de prestigio, como Plaza y Valdez, Pearson, Ecorfan entre otras, ha participado en Congresos internacionales, pertenece al Cuerpo Académica de Desarrollo Empresarial con la línea de investigación de Mercadotecnia aplicada a las organizaciones, actualmente tiene Reconocimiento de Perfil deseable ante PRODEP, ha participado en proyectos productivos financiados por PRODEP, participando con diferentes sectores de la Región como Sector textil, comercio, tabique y lácteo, ha colaborado con otros cuerpos académicos de diferentes estados de la República Mexicana y del Extranjero, pertenece la Red Latinoamericana de Administración y Negocios.

Correo electrónico: liliana.gordillo@upt.edu.mx

Louis Valentín Mballa

Licenciado en economía por la Universidad de Douala (Camerun), Licenciado en Filosofía por el Instituto de Filosofía San José Mukasa de Yaoundé (Camerun). Maestro en Relaciones Internacionales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Dr. en Ciencias Políticas por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente

Profesor-Investigador en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Facultad de Contaduría y Administración. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), miembro de la Asociación Mexicana de Estudios Internacionales (AMEI); perfil PROMEP. Secretario Ejecutivo de la Red Internacional de Investigadores en Ciencias de Gestión (REINICIG), miembro del Seminario Permanente de Estudios Africanos. Presidente de la Asociación de los Cameruneses en México (ACAMEX). Líneas de investigación y de competencia: Administración pública, Filosofía política, identidad y cultura en África, Teoría de las Relaciones Internacionales, Ética y responsabilidad social, Teoría política, gobernabilidad, Instituciones y organismos internacionales, manejo de conflictos, regionalismo, procesos de cooperación e integración en África, cooperación internacional, comunicación intercultural, Políticas públicas. Correo electrónico: luigivado@hotmail.com

Ma Lourdes Martínez Cerda

Licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), Maestra en Psicología por la Universidad Tangamanga Campus Tequis, Doctora en Psicología por la UBC Campus Tepic. Es Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Licenciatura en Administración en el área de Recursos Humanos en la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Correo electrónico: lourmar@uaslp.mx

Ma. de la Luz Quezada Flores

Contador Público por la Escuela Profesional de Comercio y Administración (EPCA), Maestra en Administración por la Universidad de Guanajuato (U de Gto.), Académico de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de León, representante del Cuerpo Académico Económico Administrativo de la Universidad Tecnológica de León con clave UTLEON-CA-02, miembro de la Red Latinoamericana en Administración y Negocios "RELAyN". Correo electrónico: mquezada@utleon.edu.mx

Ma. Guadalupe Serrano Torres

Licenciado en Administración de empresas por la Escuela Profesional de Comercio y Administración (EPCA), Maestro en Desarrollo Organizacional por la Universidad de Guanajuato (U de Gto.), Presidente del Colegio Nacional de Administradores de León (CONLA), Académico de Tiempo Completo en la Universidad Tecnológica de León, miembro del Cuerpo Académico Económico Administrativo de la Universidad Tecnológica de León con clave UTLEON-CA-02, miembro de la Red Latinoamericana en Administración y Negocios "RELAyN". Correo electrónico: gserrano@utleon.edu.mx

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón

Es originario de Cd. Tepic, Nayarit. y egresado de la carrera de Licenciatura en Administración, del ITT, estudió la Maestría en Administración en la Universidad de Guadalajara y el Doctorado en Ciencias Administrativas en la IPN. Actualmente es Profesor-Investigador de Tiempo Completo adscrito a la Licenciatura en Administración en el Departamento de Estudios Económico-Administrativos, del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, obtuvo el Reconocimiento de profesor con perfil deseable PROMEP periodo 2010-2013, y 2013-2016 y la certificación ANFECA periodo 2011-2014 y miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I. Es miembro del Cuerpo Académico Gestión y Competitividad. Cuenta con publicaciones en revistas arbitradas e indexadas y capítulos de libro. Correo electrónico: mabebi9@hotmail.com

María Guadalupe Arredondo Hidalgo

Es Licenciada en Comercio Internacional y Maestra en Administración por la Universidad de Guanajuato. Maestra en Desarrollo Organizacional y Maestra en Enseñanza Universitaria por la Universidad de León. Doctora en Administración por la Universidad de Celaya, con líneas de investigación de estudios organizacionales en PyMES en las áreas de Negocios, Comercio y Logística Internacional. Es Profesora Investigadora de Tiempo Completo del Departamento de Gestión y Dirección de Empresas de la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guanajuato Campus Marfil. Correo electrónico: mg.arredondohidalgo@ugto.mx

María Guadalupe López González

Egresada de la Universidad Politécnica de Guanajuato. Participó en coloquios y congresos y cuentan con un capítulo de libro de investigación publicado. Actualmente se desempeña como subcoordinadora del área de importación marítima y aérea.

Martha Alicia Alonso Castañón

Coordinadora del Programa Educativo de Administración y Gestión en la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Es Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus San Luis Potosí y Licenciada en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Tiene el Reconocimiento Perfil Deseable otorgado por el PRODEP. Tiene especialización en el "Desarrollo de Competencias Actitudinales en la Educación Superior", "Metodología del Management Socioeconómico", "Evaluación de Aprendizajes bajo el Modelo de Educación Basada en Competencias" y ha asistido a eventos de difusión científica nacionales e internacionales como el el Colloque International. Déficits actuels du changement et des interventions dans les organisations. Lyon, France (Junio 2014) y el Colloque de Automne Innovations et Mutations del l'ISEOR. Gouvernance et management: quelle coopération?, Lyon,

France (Octubre 2014) y 15o Congreso del Instituto Internacional de Costos (IIC) y 4o Congreso Transatlántico sobre el "¿Hacia prácticas contables, de control, de auditoría y de gestión de costos más ciudadanas?" (junio 2017), Lyon, Francia, organizado por el Centro de investigación ISEOR, Magellan, IAE Lyon, Universidad Jean Moulin y la American Accounting Association (AAA). Teniendo en su haber diferentes publicaciones nacionales e internacionales. Correo electrónico: martha.alonso@upslp.edu.mx

Martha Angélica De la Rosa Hernández

Estudiante de Doctorado en Gestión en la University of Social Sciences en Lódz, Polonia. Maestra en Administración y Políticas Públicas por el Colegio de San Luis, A.C. Especialista en la Metodología de Gestión Socioeconómica para el análisis y gestión de Organizaciones, acreditada por el ISEOR, Francia. Integrante del Cuerpo Académico en consolidación "Desarrollo Local y Competitividad Empresarial" cultivando las líneas de investigación de capital humano y capital social. Es miembro del Comité Académico Universitario de la Red Internacional de Investigadores en Ciencias de Gestión (REINICIG), así como de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales, A.C. (REMINEO). Cuenta con el Reconocimiento al perfil deseable del PRODEP. Ha tenido estancias académicas y de investigación en el Instituto de Socio-Economía de Empresas y Organizaciones (ISEOR), Lyon, Francia en 2013.

Ha impartido cátedra en instituciones de posgrado como el CIATEQ (Centro CONACyT) y en la Licenciatura en Administración Pública de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Tiene experiencia laboral y de intervención organizacional en los sectores público y privado. Cuenta con publicaciones nacionales e internacionales con los tópicos sobre políticas públicas, pymes y equidad de género. Actualmente es profesora-investigadora Nivel B de la Licenciatura en Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Correo electrónico: marthangelicarh@hotmail.com

Martha Beatriz Santa Ana Escobar

Realizó estudios de Doctorado en Estudios Organizacionales en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-I) en la ciudad de México (2010); cursó la Maestría en Administración en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM-Gen.1996); y la Licenciatura en Administración de Empresas en el Instituto Tecnológico de Colima (Gen. 1993). Desde hace 17 años labora como Profesora-investigadora de Tiempo Completo en la Facultad de Contabilidad y Administración de Manzanillo, de la Universidad de Colima. Cuenta con Perfil Prodep. Correo electrónico: m_santaana@ucol.mx

Nicolás A. Hernández Delgadillo

Licenciado en Salud Pública con Maestría en Ciencias de la Salud con Especialidad en Salud Pública. Coordinador de proyectos de investigación dentro de la Unidad de Investigación Multidisciplinaria de Zacatecas en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Profesor Investigador Asociado en el Departamento de Salud Pública en la Universidad Autónoma de Aguascalientes impartiendo a las Licenciatura, Post Básico en Administración y Docencia en Enfermería. Profesor Investigador Asociado de la Maestría en Gestión en Salud en la Universidad Valle de México Campus Aguascalientes. Profesor de Licenciatura, Maestrías en Salud Pública y Administración de Hospitales en el Instituto de Ciencias y Estudios Superiores de San Luis Potosí Campus Valles. Docente de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Campus Huasteca en la Licenciatura de Medicina y Técnico Superior Universitario en Gastronomía. Ponente e instructor de cursos inherentes al área de metodología de la investigación medición, recolección de datos, validación y confiabilidad de instrumentos de medición y análisis estadísticos; Autor y Coautor diversos trabajos de investigación en su versión oral y cartelista, memorias impresas y/o digitales en congresos estatales, nacionales e internacionales. Participación en 4 publicaciones científicas en revistas nacionales y una internacional. Correo electrónico: cid.nicko@hotmail.com

Pablo Adrián Magaña Sánchez

Es Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Facultad de Contabilidad y Administración de Manzanillo de la Universidad de Colima. Es Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Querétaro. Ha participado en congresos nacionales e internacionales como ponente. Ha escrito artículos de investigación para revistas nacionales e internacionales arbitradas e indexadas. Dentro de sus líneas de investigación se encuentran las relacionadas con la Competitividad de las empresas, manejo de estrés laboral y emprendimiento. Correo electrónico: pablo_magana@ucol.mx

Patricia Rivera Acosta

Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Zacatecas. Profesor Investigador del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí. Sus áreas de investigación son la gestión del conocimiento, cultura organizacional, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad y clima organizacional. Ha participado en proyectos de investigación en organizaciones locales y publicaciones de alcance nacional e internacional. Correo electrónico: Itslp01@hotmail.com

Perla Gabriela Baqueiro López

Es originaria de la Ciudad de México, es egresada de la Universidad Autónoma del Carmen de la Licenciatura en Administración de Empresas, realizó estudios de Maestría en Administración y Doctorado en Administración en la Universidad del Sur en Mérida, Yuc. Es colaborador del Cuerpo Académico Innovación en las Organizaciones. De 2010 a 2015 se desempeñó como profesor por horas y desde 2016 es profesor de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Carmen. Líder de la Academia de Emprendedores de la Universidad Autónoma del Carmen, en Campeche, México; desde junio de 2015 es Académica Certificada en Administración por la ANFECA. Es socia fundadora y administradora general de la Fábrica de paletas Síis. Ha laborado como analista en organizaciones como Empresas Mayamar, Grupo de Apoyo Profesional de México y Prestadora de Servicios Corporativos Generales. Línea de investigación: Responsabilidad social, productividad y competitividad en las organizaciones. Correo electrónico: perla.baqueiro@gmail.com

Ricardo Rodríguez Tovar

Docente del Instituto Tecnológico de San Luis Potosí, en el departamento de Ciencias económico administrativas, con 40 años de servicio impartiendo diversas materias en diferentes carreras del propio Instituto. Ha trabajado en otras instituciones como el ITESM Campus San Luis Potosí. Ha tomado diversos diplomados e infinidad de cursos a lo largo de su trayectoria y a su vez ha impartido cursos a diferentes Instituciones sobre varios temas. Su participación ha sido frecuente en la impartición de muchas conferencias en una gama de foros.

Ha realizado dos investigaciones, para el sistema Nacional de los Institutos Tecnológicos. También ha participado en la Administración dentro del ITSLP, como jefe de Departamento de Actividades Extraescolares durante 6 años.

Rosalinda del Carmen Jasso Castillo

Servicios Especializados de Información en el Centro Integral de Aprendizaje, Zona Huasteca, Sistema de Bibliotecas, UASLP. rosalinda.jasso@uaslp.mx. Colaboradora del Cuerpo Académico: "Competitividad Regional Sustentable"
Correo electrónico: rosalinda.jasso@uaslp.mx.

Rutilio Rodolfo López Barbosa

Profesor e investigador de tiempo completo en la Universidad de Colima en las áreas de las tecnologías de información y comunicaciones, certificado Cisco Network Associate, con diplomado en programación neurolingüística e Inglés como segunda lengua. Doctor en ingeniería de la información y el conocimiento por la Universidad de Alcalá, Madrid, España; Maestro en Ciencias Computacionales y Licenciado en Informática. Ha sido reconocido con la mención Cum Laude y doctor Internacional de la unión europea, con los premios peña colorada en la maestría y licenciatura y la distinción de los mejores estudiantes de México por el CONACYT.

Con habilidades desarrolladas para la enseñanza, ha apoyado a estudiantes de licenciatura y maestría a alcanzar el óptimo rendimiento, con 21 años de experiencia en la universidad de Colima, México. Como profesionista de la informática diseñó y desarrolló los sistemas integrales para los procesos administrativos de la empresa responsable de la operación portuaria marítima en la ciudad de Manzanillo. Ha desarrollado software de administración de sistemas para empresas de la iniciativa privada en coordinación con proyectos estudiantiles. Como profesor ha trabajado con el enfoque de aprendizaje basado en problemas apoyándose con los fundamentos de la programación neurolingüística. Como investigador, ha trabajado recientemente en proyectos del procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje automático, específicamente en la disciplina emergente denominada análisis de sentimientos (sentiment analysis). Correo electrónico: rutiliol@ucol.mx

Tania Beatriz Casanova Santini

es originaria de Ciudad del Carmen egresada de la Universidad Autónoma del Carmen de la Licenciatura en Contaduría, realizó estudios de Maestría en Ingeniería Administrativa por el Instituto de Estudios Universitarios, es colaboradora del Cuerpo Académico de Innovación en la Organizaciones. En el periodo transcurrido de 2010 a 2013 se desempeñó como profesor por horas en distintas asignaturas a la vez de participar en la iniciativa privada en proyectos para la industria petrolera, entre otros, en 2013 recibió la Certificación del CONOCER EC0217 de Impartición de cursos de formación de capital humano de manera presencial grupal, de 2014 a la fecha ha sido Gestor del Programa Educativo de Licenciatura en Contaduría en la Universidad Autónoma del Carmen, desde 2015 es académica certificada en Contaduría por la ANFECA, a partir de 2016 es profesor de tiempo completo de la UNACAR y líder de la Academia de Costos, en 2016 también coordinó la creación del Módulo de Orientación y Vinculación Empresarial, de la cual es responsable, es Síndico del Contribuyente del SAT, miembro del Consejo Técnico de la FCEA y social IMCP. Correo electrónico: taniabcs@gmail.com

Víctor Hugo Robles Francia

Doctor en Estudios Organizacionales por la UAM, miembro del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT, nivel 1. Miembro de la red mexicana de investigadores en Estudios Organizacionales. Estancias de investigación en la Universidad De Konstanz en Alemania y en Escuela Superior de Comercio de Dijon en Francia, Maestro en Ing. Planeación e Ing. Mecánico Eléctrico por la UNAM. Investigador de la organización en el ámbito ético y moral de la dirección. Libros: *Ética Organizacional Una Introducción Mediante Casos*; *Perfeccionamiento de la deliberación Moral En La Organización, Organización y Management, Una Reflexión a Partir de la Ética, Cuatro Perspectivas Del Gerente Mexicano*. Ponencias y artículos nacionales e internacionales relacionados. Generación de un cuestionario para evaluar el razonamiento ético del gerente. Vinculación con el sector productivo y formación de tecnólogos, mediante la elaboración y coordinación de proyectos de investigación y consultoría. Evaluador de proyectos de investigación, de becas al extranjero y de programas de excelencia de CONACYT. Arbitro de Revistas Científicas, de Congresos Internacionales, Integrante de comités de evaluación de la SEP, CONACYT. Experiencia de más de 10 años en corporativos mexicanos e internacionales. Correo electrónico: vicrob13@yahoo.com

Virginia Azuara Pugliese

Licenciada en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), Maestra en Administración por la Universidad Mexicana Campus Veracruz, Doctora en Mercadotecnia y con un PhD por parte de la Atlantic International University de USA. Es Profesor Investigador de Tiempo y Coordinadora de la Licenciatura en Administración en la Coordinación Académica Región Altiplano Oeste (CARAO) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP). Líneas de investigación: Marketing, Agronegocios y Administración. Correo electrónico: virginia.azuara@uaslp.mx

William Fernando Valdivia Altamirano

Economista por la Universidad Nacional Agraria La Molina, UNALM, y Dr. en Ciencias Económicas y Empresarial por la Universidad Autónoma de Madrid. Experiencia docente e investigadora en México, España y Perú, con artículos y capítulos de libro con arbitraje, asesor de Tesis de Licenciatura en Economía, Comercio Internacional y Tesis de Maestría en Administración, árbitro de artículo y capítulos de libros. Líneas de investigación: innovación, emprendimiento y finanzas. Profesor de Tiempo Completo en la Licenciatura en Administración del campus Salinas de la UASLP. Correo electrónico: william.valdivia@uaslp.mx; wvaldi@outlook.com

Yanely Domínguez Miguel

Ingeniera Química Industrial, Maestra en Ciencias en Física Educativa y Doctorante en Ciencias en Física Educativa del Instituto Politécnico Nacional. Tiene una Especialidad en Docencia por parte de la Universidad Pedagógica Nacional. Certificada permanentemente por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales. Certificación Entrepreneur como Innovador Social por Latinomics & SinHub, con sede en Viena, Austria. En el aspecto profesional cuenta con amplia experiencia en el área Química Industrial en el Manejo y Evaluación de Riesgos Químicos, Normatividad ISO 9001 / ISO 14001 y en el desarrollo de saborizantes para la industria alimenticia. En el aspecto docente; ha manejado grupos en diferentes contextos educativos en niveles básico, medio superior y superior. Como investigadora, se inclina por el aspecto divulgativo de las Ciencias y por el vínculo academia-empresa. Se interesa por trabajar líneas de investigación referidas a ciencia y género, formación de profesores, procesos cognitivos-didácticos y TICS- aplicadas a la Física. <https://orcid.org/0000-0003-0815-4306>. Correo electrónico: yd66921@gmail.com

El emprendimiento y los jóvenes
Dimensiones psico-sociales

Se terminó de imprimir en marzo de 2018
Tiraje: 1,000 ejemplares