

# Espíritu emprendedor en estudiantes de educación superior

***Alicia Alma Alejos Gallardo***

Instituto Tecnológico de Celaya

*alma.alejos@itcelaya.edu.mx*

***Laura Elena Mireles Campuzano***

Instituto Tecnológico de Celaya

*laura.mireles@itcelaya.edu.mx*

## Resumen

Esta investigación se planteó como objetivo identificar el espíritu emprendedor, basándose en un estudio empírico realizado a los alumnos del último semestre de la Licenciatura en Administración del Instituto Tecnológico de Celaya, de los semestres agosto- diciembre de 2012 y enero-junio de 2013. Se partió de la necesidad de enfocar las estrategias de intervención institucional que se orienten a potenciarlas y a proporcionarles las oportunidades y herramientas que contribuyan a su desarrollo personal y profesional. Los resultados muestran que el género masculino y el periodo de estudios enero-junio 2013, obtuvieron mayor significancia en cuanto al espíritu emprendedor. Por el contrario el módulo de especialidad y el estado civil, no presentaron diferencias significativas. Con respecto a la edad, no se encontró relación con el espíritu emprendedor.

**Palabra(s) Clave(s):** Espíritu emprendedor, alumnos de educación superior, intervención institucional.

## 1. Introducción

Los estudiantes de las instituciones de educación superior son fuente de potenciales emprendedores, el ambiente educativo puede y debe contribuir a su desarrollo, de tal manera que puedan optar por la independencia laboral (Vesper, 1990). Se parte del

supuesto de que la formación recibida impulsa el espíritu emprendedor, desarrollando actitudes en los estudiantes que sean propicias para que un determinado porcentaje de ellos pueda crear su propia fuente de trabajo. El hecho de encontrar diferencias de actitud ante el riesgo, respecto a quienes logran crear una empresa, dice Veciana (2005) lo ha convertido en un tema de investigación científica y en un área de conocimiento.

Dentro de los temas de investigación, el de emprendimiento educativo es un campo de estudio que requiere continuidad (Veciana, 1999; Guerrero y Urbano, 2007; Espíritu y Sastre, 2007 y Rueda et al., 2012). Desafortunadamente no todos los trabajos presentan información sobre la dinámica de su contexto, desconociéndose la naturaleza de sus entornos y dejando al lector con interés de conocer más. Dice Zahara (2007) que hay que evitar un desajuste entre las teorías que se utilizan, porque algunas son desarrolladas en otras disciplinas.

Un país requiere del desarrollo de empresarios capacitados y formados que contribuyan al progreso del sistema social y económico; pero tal parece que los esfuerzos que se realizan no responden al porcentaje de emprendimiento que se llega a necesitar para impulsar el crecimiento económico de nuestro país; por lo tanto, ¿qué factores influyen en la intensión emprendedora?, ¿qué es lo que está faltando?, o ¿qué es lo que está fallando?, ¿para derivar en cursos de acción que lleven a la creación de empresas?

La existencia de la iniciativa empresarial desempeña un rol importante en el desarrollo de una determinada región, por lo que el entorno universitario debe propiciarla, de tal manera que las competencias emprendedoras eleven el potencial de sus egresados. Tanto el sector público como el privado, continuamente implementan políticas que favorecen el ámbito emprendedor, un ejemplo de ello en nuestro país son la Secretaría de Economía y la de Educación Pública, que apoyan las iniciativas de negocio. En este contexto es relevante la investigación y sus motivos. El objetivo de este estudio es analizar el espíritu emprendedor entre los estudiantes del último semestre de la Licenciatura en Administración, investigando si se encuentran atraídos para crear su propia empresa.

Es significativo mencionar que la actividad emprendedora no se asocia únicamente con la formación de nuevas empresas, sino también con la acción de empezar algo nuevo.

Dice Gámez y Abreu (2007) que se le llama emprendedor a la persona que inicia alguna misión y que el empresario emprendedor, es quien forma una empresa con un objetivo determinado. El término orientación emprendedora de las organizaciones (OE), es un concepto desarrollado por Lumpkin y Dess (1996), el cual ha probado ser una de las variables que indican su capacidad de innovación de cada una de ellas.

El emprendedor se caracteriza principalmente por mostrar algunos comportamientos a desarrollar en diferentes áreas (Covarrubias, 2003). Para Cole (1959), el empresario es el que emprende una actividad intencionada para iniciar, mantener o ampliar un negocio redituable de producción o distribución de bienes o servicios.

Dice Varela (2001) que las personas reciben influencias culturales de estructuras familiares, educacionales, tipos de trabajo, gobierno, producciones científicas y artísticas, entre otras, y que en un momento determinado influyen para materializarse en empresas; sin embargo esta vocación no es común entre los jóvenes, ¿cuántos universitarios quieren ser empresarios?, ¿cuántos prefieren trabajar por cuenta ajena?, ¿qué factores bloquean el emprendimiento?, éstas son algunas de las preguntas a las que se necesita dar respuesta.

La palabra emprendedor se deriva de la voz francesa “*entrepreneur*”, que surge a principios del siglo XVI. El término anglosajón denominado *entrepreneurship*, sirve para hablar tanto del emprendedor como del empresario en la medida que ambos cumplen roles (Veciana, 2005). No fue sino a principios del siglo XX que Joseph Schumpeter fue uno de los primeros economistas en asociar innovación y emprendimiento, reconociendo al emprendedor como agente de cambio innovador e importante para el sistema económico (Rodríguez y Prieto, 2009; Uribe y Valenciano, 2011).

Dice Ripollés (2011) que distintos organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2010), consideran que la formación en competencias emprendedoras es trascendental para el progreso de las naciones; especialmente la formación universitaria, por lo que existe interés por la creación de más oportunidades de empleo y mejores escenarios para innovar.

No es fácil precisar cuál es el perfil de un emprendedor, ya que no ha sido posible establecerlo en concreto; así como tampoco es factible generalizar la existencia de una fuerte relación entre las características del empresario y su éxito posterior (Fuentes y

Sánchez, 2010). Sin embargo, conociendo todos los elementos involucrados en el proceso de creación de una empresa, se puede impulsar el espíritu emprendedor (Rueda et al., 2013).

El emprendedor necesita potenciar sus capacidades, tanto personales como profesionales, puesto que la creación de un negocio es un reto que tiene cierto grado de incertidumbre, se inicia con la necesidad de conocerse a uno mismo en su perspectiva emprendedora, dice Kantis (2004), y a su vez se recibe influencia del entorno familiar, educativo y laboral, entre otros, atribuyéndosele a las distintas y variadas influencias del entorno el éxito emprendedor; pero dentro de los muchos factores identificados, la educación destaca como una variable altamente influyente (Uribe y Valenciano, 2011).

Como resultado de diferentes investigaciones se han elaborado algunos modelos psicológicos que estudian la relación entre actitud, intención y comportamiento (Ajzen y Fishbein, 1980; Triandis, 1980), surgiendo autores que coinciden con algunos de los factores que los identifican. Por su parte Atkinson (1964), habla de dos tendencias motivacionales opuestas, una orientada a buscar el éxito que maximiza cualquier tipo de satisfacción y la que tiende a evitar el fracaso, que permite la reducción del dolor. La ambición, actitud mental positiva, creatividad, esfuerzo, iniciativa, tenacidad, visión del futuro, actitud negociadora y comercial, decisión, liderazgo y dotes sociales, son otras características propias del emprendedor que determinan su propensión a desarrollar proyectos empresariales (Uribe y Valenciano, 2011).

Es Liñan (2004) quien plantea el modelo de intención emprendedora, señala que los modelos de emprendimiento que tienen como base de estudio los rasgos de la personalidad, las actitudes o los factores demográficos tienen una validez predictiva menor, en comparación con los modelos que estudian las intenciones que llegan a predecir mejor el comportamiento. Krueger (2007) declara que detrás de la acción emprendedora están las intenciones emprendedoras.

De acuerdo con Veciana (1999), la teoría institucional proporciona un marco conceptual más consistente y adecuado para estudiar la influencia de los factores del entorno en la creación de empresas y en la función empresarial. La teoría del comportamiento

planificado de Ajzen (1991), trata de predecir y explicar que el comportamiento humano se centra en la intención de un individuo para actuar de una determinada manera.

Algunos estudios científicos resaltan el rol del empresario como la fuerza que impulsa la creatividad, la innovación y el progreso del sistema económico; por lo que la capacidad de innovar se convierte en elemento fundamental de todo sistema formativo. Para Veciana (2008) y Toledano (2012), las características del empresario innovador, están relacionadas tanto con actitudes, capacidades y conocimientos adquiridos previamente. Es también considerado como agente de cambio (Quintero, 2007), dispuesto a correr riesgos en la búsqueda constante de nuevas ideas y formas de hacer y desarrollar las cosas, y además con capacidad de resistir diversas presiones. Son Stevenson y Jarrillo (1990), quienes defienden que es indispensable la visión humana para generar ideas y convertirlas en negocios.

Los diferentes enfoques sobre el emprendimiento de acuerdo a Shane y Venkataraman (2000) y Bueno (2013), pueden resumirse en el deseo de buscar una explicación de qué, para qué, cómo, cuándo o dónde descubren y aprovechan los emprendedores las oportunidades que promueven su desarrollo. Mencionando que no debe confundirse a quienes se convierten en empresarios por ser atraídos por los apoyos, de aquellos que dependen de sus atributos personales.

Kirzner (1973, citado en Espíritu y Sastre, 2007) define el espíritu emprendedor como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de percepción de cada individuo. Algunos investigadores opinan que los empresarios “nacen” con la personalidad idónea para ello y otros en que es posible enseñar a cualquier persona a ser emprendedora, de tal manera que el emprendimiento, las competencias emprendedoras y el comportamiento emprendedor puede ser aprendido, y como tal debería ser enseñado y estimulado en el sistema educativo (Toledano, 2012).

Algunos autores sugieren concentrarse en el fomento del espíritu emprendedor en los niños y jóvenes, como el economista Pauli Gunter (2012), quien sugiere trabajar con ellos e insistir que sean creativos e inventivos con ética, con pasión por el bienestar de sí mismos, de la comunidad y del mundo, porque es una realidad que la mitad de los jóvenes no tienen empleo. Como consultor de empresas Harrel (1995), recomienda a los padres de familia que comiencen una “microempresa conjunta” con sus hijos,

actividad que les enseñará a ser responsables y les mostrará que la iniciativa y su realización contribuyen a la creación de una empresa.

El emprendimiento es un ejemplo de la nueva visión y misión de las instituciones de educación, que han ido definiendo y concretando las bases de la Educación Superior del siglo XXI, apoyando la necesidad de diseñar los planes de estudio por competencias. El espíritu emprendedor está considerado como una competencia sistémica común (Sáenz y Sáenz, 2012).

El actual proceso de apertura económica que se vive en el mundo, en especial en economías emergentes como las de América Latina, es un llamado a los empresarios actuales y futuros para que desarrollen estrategias que les permitan permanecer en el mercado, resultando ser insuficiente la combinación de precio, calidad y servicio, si no se llega a considerar un elemento primordial: “el espíritu emprendedor”, de ahí la importancia por impulsarlo como detonante para el progreso humano, económico y social (Vesper y Garner, 1997).

El sistema educativo actual, sobre todo en países en vías de desarrollo, se puede decir que escasamente estimula el desarrollo del espíritu emprendedor; por lo general, se desalientan las habilidades creativas de los niños y jóvenes. Al tomar en cuenta las características del mercado laboral se ve el énfasis que se está haciendo en el autoempleo, como una alternativa para el desarrollo profesional (Moriano, Palací y Morales, 2006).

Los responsables de la educación para el emprendimiento requieren primero un ejercicio de autoevaluación sobre las competencias que poseen los formadores y la definición de los procesos orientados a la adquisición de las competencias (Enciso, 2010). Desafortunadamente se puede llegar a obstaculizar el desarrollo de las competencias emprendedoras, causando conformismo o entorpeciendo la creatividad. Los programas propuestos y los métodos docentes utilizados al impartir las asignaturas, deben actuar como elementos facilitadores para la adquisición de ciertas habilidades necesarias para llevar adelante el proyecto empresarial.

A nivel internacional es referente de competitividad el apoyo de los gobiernos a la creación de empresas, del mismo modo la legalización de los proyectos empresariales. Ejemplo de ello, lo constituyen los estudios del observatorio global de la actividad

empresarial denominado Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Rodríguez y Prieto, 2009; González, 2011).

Los autores Richter y Schiller (1994, mencionados en Campos y Azanza, 2011) compararon los resultados obtenidos en emprendedores universitarios y no universitarios en España y encontraron que los universitarios crearon empresas más innovadoras y de alta tecnología, y que sus inversiones eran mayores.

Resultado de otras Investigaciones realizadas en Canadá, Escocia, Alemania y Estados Unidos por Kantis (2004), reportan que las instituciones educativas pueden desempeñar un papel importante en el proceso emprendedor, especialmente si se originan transformaciones profundas en sus distintos niveles, por ejemplo la escuela secundaria puede influir en el desarrollo de actitudes y valores, mientras que el nivel superior puede promover el impulso de competencias como la creatividad, habilidad para negociar, para trabajar en equipos, tejer redes, entre otras, pero para que el aprendizaje sea realmente basado en la experiencia debe lograrse la vinculación directa con las empresas.

No todos los estudios han llegado a los mismos resultados, una investigación realizada en trece países de América Latina, este de Asia y sur de Europa a una muestra de 2,000 emprendedores, destaca que el mejor ámbito de incubación son las empresas en las que los emprendedores trabajaron, convirtiendo a las empresas en las principales escuelas de emprendedores (Kantis et al., 2004).

En otro estudio realizado en España por Espíritu y Sastre (2007), obtuvieron los siguientes resultados: a) la actitud emprendedora declina en los estudiantes conforme avanzan en sus estudios hasta que se acerca el momento de incorporarse al mercado laboral, b) los estudiantes que entre sus familiares directos son empresarios, han presentado actitudes más positivas hacia la actividad empresarial, y c) ciertos rasgos como la necesidad de logro, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión al riesgo, resultaron determinantes de la actitud emprendedora.

El emprendimiento, ya sea visto desde un enfoque económico, psicológico, sociocultural o gerencial, se debe en cierta medida a sus características personales y habilidades del emprendedor, dice Saboia y Martín (2006).

## **2. Métodos**

La metodología del trabajo se resume en una revisión de la literatura, junto con la recopilación y análisis de información procedente de fuentes primarias a partir de la encuesta aplicada a los alumnos. El tipo de estudio es descriptivo porque se busca identificar la mentalidad emprendedora de los estudiantes, no experimental, transaccional, correlacional y comparativa, con un enfoque cuantitativo. Esta investigación corresponde a una primera etapa que concierne a la intención emprendedora de los estudiantes. En una segunda etapa se contactará a los alumnos del semestre agosto-diciembre de 2012, para darle seguimiento al estudio a un año de que acreditaron las asignaturas y recabar la información que permita conocer en qué áreas se están desempeñando y quiénes de ellos han emprendido o emprendieron un negocio. Una vez que se obtenga la información será analizada. Posteriormente se contactará a los alumnos del semestre enero- junio de 2013.

Los parámetros con los que se determinó la mentalidad emprendedora se derivan de la investigación denominada: “El empresario de la pequeña empresa, un acercamiento a sus características personales”, realizado en el 2008 por Surdez, Aguilar y Rodríguez, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

El cuestionario se diseñó en dos partes, para la primera parte se tomaron en cuenta las siguientes características socioeconómicas del estudiante: edad, género y estado civil, constituyendo 3 ítems.

La segunda parte del cuestionario se basó en un instrumento con 28 ítems aplicado a una muestra de pequeños empresarios de Villahermosa, Tabasco a fin de identificar su perfil con respecto a sus actitudes emprendedoras. Para ser utilizado en su investigación, Surdez, Pérez y Rodríguez (2008), hicieron una adaptación propia de una escala de tipo Likert de variables sobre rasgos psicológicos de Saboia y Martin (2006). De acuerdo a Fayolle y Klandt (2006), la educación emprendedora puede analizarse desde tres perspectivas, la que nos interesa está relacionada con el punto de vista del espíritu emprendedor o también llamada mentalidad emprendedora, comprende aspectos como: valores, creencias y actitudes asociadas a la educación de los emprendedores.



El instrumento definitivo fue adecuado con la eliminación de 3 ítems y modificada la palabra “empresa” por la palabra “escuela” en uno de ellos, para ser aplicado a los estudiantes. Fue sometido al juicio de 3 expertos en la materia para ser validado. Está compuesto por una escala de 25 ítems tipo Likert con las opciones de respuesta 0 = Definitivamente no, 1 = Probablemente no, 2 = Indeciso, 3 = Probablemente si, 4 = Definitivamente si, dando un rango de 0 a 100 puntos para cuantificar la escala, además se divide en las siguientes 8 dimensiones:

- **Liderazgo.** Se considera como la capacidad de influir sobre las personas para que voluntariamente se unan al logro de los objetivos del grupo (ítems 1, 2, 3, 4, 5).
- **Propensión al riesgo.** Capacidad crítica que posee el emprendedor para confiar en sus capacidades ante la incertidumbre (ítem 6).
- **Creatividad/innovación.** Potencial para desarrollar ideas nuevas y convertirlas en productos o servicios (ítems 7,8 ,9 ,10).
- **Intuición.** Facultad para discernir en forma espontánea tomando en cuenta sus percepciones (ítems 11, 12, 13, 14,15).
- **Capacidad de negociación.** Habilidad para llegar a lograr acuerdos (ítems 16,17).
- **Autoconfianza.** Seguridad que la persona tiene de sí misma (ítems 18, 19, 20).
- **Necesidad de realización/ambición.** Necesidad de obtener logros (ítems 21, 22, 23, 24).
- **Trabajo arduo.** Fuerza y vigor para iniciar y terminar tareas (ítem 25).

La tabla 1 muestra el instrumento completo.

Para asegurar la confiabilidad de la escala utilizada en el instrumento de recolección de datos, se utilizó el alfa de Cronbach, obteniendo una confiabilidad general (tabla 2) de 0.702, para una muestra piloto de 20 casos, debido a la naturaleza del tema y que cuenta con buena validez se considera aceptable (Kerlinger, 2002).

La muestra es no probabilística porque se encuestó y analizó la información del total de los estudiantes del último semestre de la Licenciatura en Administración, semestre

agosto- diciembre de 2012 y enero-junio de 2013, los resultados por lo tanto no pueden ser generalizados a los demás semestres.

Tabla 1 Instrumento sobre el espíritu emprendedor.

Preguntas
1. En mi familia, las decisiones sobre los asuntos importantes recaen en mi persona.
2. En mi trabajo, las decisiones sobre asuntos importantes recaen en mi persona. Se cambió por en mi escuela
3. Me anticipo a los demás en la toma de decisiones delante de los problemas y oportunidades.
4. Tengo miedo de las consecuencias de las decisiones que tomo.
5. Tomo decisiones después de haber analizado todas las posibles consecuencias.
6. Prefiero tener un ingreso mayor pero más riesgoso a uno seguro y constante.
7. Tengo nuevas ideas y las pongo en práctica.
8. Propongo formas de mejorar y cambiar las cosas.
9. Tengo facilidad en generar nuevas ideas
10. Tengo facilidad en identificar maneras de mejorar procesos y productos.
11. Tengo facilidad para adelantarme y prever los acontecimientos.
12. Tengo facilidad en sentir los cambios del entorno.
13. Tengo facilidad en solucionar problemas que otros no consiguen.
14. Veo oportunidades de negocios donde nadie las observa.
15. Me cuesta ceder en una discusión.
16. Antes de negociar, analizo con profundidad todos los detalles.
17. Me gusta argumentar y cuestionar.
18. Me gusta tomar mis propias decisiones.
19. Generalmente prefiero defender mi forma de pensar, aún cuando ésta sea criticada o no aceptada.
20. Si decido hacer algo, lo hago y nadie podrá detenerme
21. Me gusta disfrutar y tener el reconocimiento de mis éxitos personales.
22. Me gusta que mis éxitos no se los tenga que deber a nadie.
23. Creo que ser emprendedor tiene un gran reconocimiento social.
24. Creo que ser emprendedor es la mejor manera de construir un patrimonio.
25. Generalmente sacrifico tiempo libre o pasatiempos si esto me ayuda a lograr los objetivos que me he trazado.

Tabla 2 Fiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.702	28

### 3. Resultados

Con el objeto de simplificar el análisis de los resultados, solo se presentan las variables socioeconómicas, junto con el análisis global de la escala sobre las actitudes del comportamiento emprendedor, no presentando en esta primera parte el análisis de la medición de las dimensiones, las que una vez estudiadas permitirán ahondar en su comprensión. Se presenta la descripción de las variables socioeconómicas de los sujetos de estudio, comenzando con la tabla 3 de frecuencias.

Tabla 3 Frecuencias y porcentajes de las variables socioeconómicas.

Variable		fr.	%
Periodo de estudio	Agosto-Diciembre 2012	33	42.9
	Enero-Junio 2013	44	57.1
Módulo de especialidad	Mercadotecnia	25	32.5
	Gestión Empresarial	52	67.5
Género	Masculino	22	28.6
	Femenino	55	71.4
Estado civil	Soltero	74	96.1
	Casado (a)	3	3.9
	Total	77	100

La tabla anterior indica que los 2 grupos muestrales fueron muy similares en tamaño para el tipo de carrera y la especialidad (Mercadotecnia y Gestión Empresarial), la de Gestión Empresarial fue más frecuente con 67.5 %, el género femenino predominó con 71.4 % lo mismo que el estado civil soltero (a) con 96.1%. Con respecto de la edad de los participantes se presenta la tabla 4.

Tabla 4 Edad de los sujetos de estudio en años.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
21	13	16.9
22	35	45.5
23	12	15.6
24	8	10.4
25	4	5.2
26	4	5.2
28	1	1.3
Total	77	100.0

Media = 22.64, DE = 1.46

Las edades más frecuentes fueron las menores a partir de los 21 años, siendo la más frecuente 22 años con 45.5% y la menos frecuente 28 años con 1.3%, la media general fue de 22.64 años con una desviación estándar de 1.46 años.

Con el objeto de conocer si la edad se relaciona con la actitud emprendedora se obtuvo la medida de correlación Rho de Spearman, ya que la edad no tiene un comportamiento normal no se utilizó r de Pearson, encontrando que no existe relación entre la edad y la actitud emprendedora ya que  $Rho = -.014$ , como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5 Correlación entre edad y actitud emprendedora.

Rho de Spearman	Edad	Coefficiente de correlación	-.014
		Sig. (bilateral)	.905
		N	77

En la tabla 6 se presenta la comparación de los grupos de interés para el estudio, con el objeto de conocer si la pertenencia a un grupo en particular representa ventaja con respecto al espíritu emprendedor sobre el otro grupo, para lo cual se utilizó la prueba t para comparación de media en grupos independientes.

Tabla 5 Comparación entre periodo de estudio, módulo de especialidad, género y estado civil con respecto del espíritu emprendedor.

Variable	n	M	DE	Diferencia			
				M	t	gl	p
<b>Periodo de estudio</b>							
Agosto-Diciembre 2012	33	67.67	12.017	-5.129	-2.17*	49.23*	.035
Enero-Junio 2013	44	72.80	7.274				
<b>Módulo de especialidad</b>							
Mercadotecnia	25	72.08	9.345	2.195	.914	75	.364
Gestión Empresarial	52	69.88	10.112				
<b>Género</b>							
Masculino	22	76.68	8.504	8.518	3.698	75	.000
Femenino	55	68.16	9.363				
<b>Estado Civil</b>							
Soltero	74	71.12	9.045	13.455	1.09*	2.03*	.386
Casado (a)	3	57.67	21.197				

\*La t y gl fueron ajustados porque las varianzas no fueron iguales.

Con respecto al periodo de estudio los grupos agosto-diciembre 2012 (M=67.67) y enero-junio 2013 (72.80), tuvieron una diferencia de medias de -5.13 puntos,  $t = -2.17$ , siendo esta diferencia estadísticamente significativa a favor del periodo enero-junio 2013, ya que el nivel de significancia ( $p$ ) encontrado para la prueba  $t$  fue menor a .05, se ajustó la prueba  $t$  porque las varianzas no fueron iguales.

Para el tipo de especialidad en mercadotecnia (M=72.08) y gestión empresarial (M=69.88) la diferencia fue de 2.20 a favor de la especialidad de mercadotecnia, siendo esta diferencia no significativa ya que  $p > .05$ .

Entre el género masculino (M=76.68) y el femenino (M=68.16) se presentó una diferencia estadísticamente significativa en el espíritu emprendedor de 8.52 puntos a favor del género masculino, ya que  $p < .05$ .

La comparación del estado civil soltero (M=71.12) y casado (M=57.67) tuvo una diferencia de 13.46 puntos a favor de los solteros, pero debido al tamaño de muestra muy pequeño de los casados, las varianzas no fueron iguales y se ajustó la prueba  $t$  resultando que dicha diferencia no es estadísticamente significativa  $p > .05$ .

En la figura 1 se muestra el puntaje promedio de los grupos estudiados.

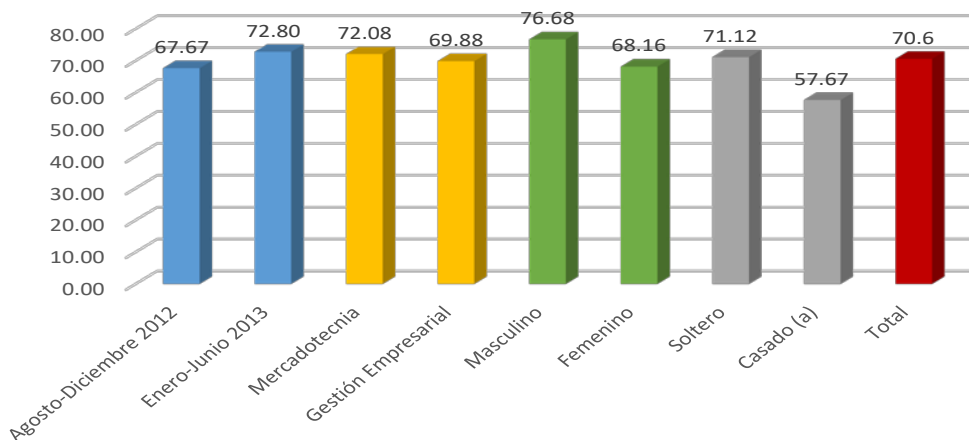


Figura 1 Resultados puntaje promedio del espíritu emprendedor.

#### 4. Discusión

El resultado obtenido del estudio en cuanto a los estudiantes que seleccionaron el módulo de especialidad de Gestión Empresarial y los de Mercadotecnia, no resultó ser

significativo, obteniendo una diferencia muy leve en forma positiva en los del módulo de Mercadotecnia.

Los hombres declararon una actitud claramente más emprendedora que la de las mujeres. Con respecto al periodo de estudio, los del semestre enero-junio de 2013 presentaron un mayor puntaje hacia la actitud emprendedora.

Referente al estado civil, resultó un 96 % de solteros, no encontrándose diferencia significativa en su espíritu emprendedor. Con respecto a la edad, no se encontró relación. El estudio no permitió llegar a una conclusión significativa, dada la reducida variabilidad entre los sujetos de estudio, pues el intervalo de 21 a 23 años agrupaba a la mayoría de los alumnos.

Una limitación de la investigación es la condición de la muestra, la homogeneidad de la misma en algunas de las características estudiadas, como la edad o la misma carrera relacionada con la administración de empresas, restringió su capacidad predictiva solo a esta carrera.

Finalmente, la muestra del estudio, no es representativa de la población general de los estudiantes del Instituto Tecnológico; por lo tanto, las conclusiones no pueden extrapolarse a estudiantes de otras licenciaturas.

## Bibliografía

- [1] Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- [2] Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- [3] Atkinson, J. W. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton, New Jersey: Van Nostrand.
- [4] Bueno, E. (2013). El capital intelectual como sistema generador de emprendimiento e innovación. *Economía Industrial*, 388, 15-22.
- [5] Campos, T. Y Azanza, G. (2011). *La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto*. Bizkaia, España: BizcaiLab.

- [6] Cole, A. (1959). *Business Enterprise in its Social Setting*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- [7] Covarrubias, I. (2003). Emprendedores y empresarios: Un enfoque institucional. *Contribuciones a la Economía*, 72, 47-62.
- [8] Enciso, J.D. (2010). *El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes?* Bogotá, Colombia: Universidad de la Sabana.
- [9] Espíritu, R. Y Sastre, M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuaderno de Estudios Empresariales*, 17, 95-116.
- [10] Fayolle, A. & Klandt, H. (2006). *International entrepreneurship educations: Issues and newness*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- [11] Fuentes, F. Y Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-27.
- [12] Gámez, F. Y Abreu, J. L. (2007). Valores que un emprendedor debe ejercer al crear su empresa. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 2(2), 185-209.
- [13] González, A. A. (2011). Aprender a emprender. *Extoikos*, 2, 107-110.
- [14] Guerrero, M. & Urbano, D. (2007). *Entrepreneurial Universities: The case of Autonomous University of Barcelona*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- [15] Gunter, P. (2012). Gunter Pauli y la educación. *Namaste*. [En línea] [www.revistanamaste.com](http://www.revistanamaste.com)
- [16] Harrel, W. (1995). *For entrepreneurs only: Success strategies for anyone starting o growing a business*. Michigan: Career Press Inc.
- [17] Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia Internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. (Ed.) [FUNDES Internacional]. Recuperado de <http://www.fundes.org>
- [18] Kerlinger, F. N. (2002). *Investigación del comportamiento*. Cuarta Ed. México: McGraw-Hill.
- [19] Krueger, N.F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(1), 123-138.

- [20] Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Picolla Impresa /Small Business*, 3, 11-35.
- [21] Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Journal*, 21(1), 135-172.
- [22] Moriano, J.A., Palací, F. J. Y Trejo, E. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-249.
- [23] Moriano, J. A., Palací, F. J. Y Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- [24] OECD. (2010). Empowering people to innovate. *Measuring innovation: A new perspective*. France: OECD Publishing. [en línea] Disponible en [www.sourceoecd.org](http://www.sourceoecd.org)
- [25] Quintero, C. (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Evolucion*. Oficina de egresados y emprendimiento. Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga, pp. 1-75. [En línea] [www.unab.edu.co](http://www.unab.edu.co)
- [26] Ripollés, M. (2011). Aprender a emprender en las universidades. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 187(3), 83-88, doi: 10.3989/arbor.2011.
- [27] RODRÍGUEZ, C.A. Y PRIETO, F.A. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. No. Extra 1 (Supl. diciembre), 73-89.
- [28] Rueda, I., Fernández-Laviada, A. Y Herrero, A. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 1(2), 9-15.
- [29] Rueda, I., Fernández-Laviada, A. Y Herrero, A. (2013). Aplicación de la teoría de la acción razonada al ámbito emprendedor en un contexto universitario. *Investigaciones Regionales*, 26, 141-158.



- [30] Saboia, F. Y Martín, N. (2006). *Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de emprendedores brasileños*. Valladolid: Biblioteca digital UNIVERSIA, 1-19.
- [31] Sáez, E. Y Sáez, I. (2012). Emprendimiento en estudiantes de educación superior en Chile: Intervención pedagógica para fortalecer la innovación y la creatividad. En M.A. Pujol y Verónica Violant (Coords.), *Innovación y creatividad: Adversidad y escuelas creativas*. (pp. 1-11). Barcelona: GIAD-UB.
- [32] Shane, S. Y Venkataraman, S. (2000). the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- [33] STEVENSON, H.H. Y JARILLO, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11(4), 17-27.
- [34] Surdez, E.G, Aguilar, N. Y Rodríguez, E.A. (noviembre, 2008). El empresario de la pequeña empresa, un acercamiento a sus características personales. Ponencia presentada en el VI Congreso Internacional de Análisis Organizacional. Universidad Autónoma de Nayarit. [En línea] Recuperado de [www.uacya.uan.edu.mx](http://www.uacya.uan.edu.mx)
- [35] Toledano, N. (2012). *El fomento de las competencias emprendedoras en las instituciones universitarias: un estudio de casos en España*. España: Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.
- [36] Riandis, H. C. (1980) *Values, attitudes, and interpersonal behavior*. Lincoln, University of Nebraska Press. Nebraska.
- [37] Uribe, J. Y Valenciano, J. (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín Económico del ICE de la Universidad de Almería*. España, 3021, 53-62.
- [38] Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas*. 2ª. Edición. Bogotá: Pearson Educación.
- [39] Veciana, J. M. (1999). Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresas*, 8(4), 11-36.
- [40] Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. *Colección de Estudios Económicos*. Edición electrónica. Recuperado de [www.estudios.lacaixa.es](http://www.estudios.lacaixa.es)

- [41] Veciana, J.M. (2008). *La creación de empresas en el entorno universitario español*. España: Universidad Santiago de Compostela.
- [42] Vesper, K.H. (1990). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- [43] Vesper, K. & Gartner, W. (1997). Measuring Progresses in the Entrepreneurship Education. *Journal of Small Business Venturing*, 12, 403-421.
- [44] Zahara, S.A. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22, 443-452.