

# XX Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas

## TÍTULO DE LA PONENCIA

### **“Influencia de las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Sonora”**

*Dr. Víctor Manuel Delgado Moreno,<sup>1</sup> Dr. Juan Carlos Robles Ibarra<sup>2</sup> y M.A. Ciro Moisés Romo Puebla<sup>3</sup>*

*Universidad de Sonora; Hermosillo, Sonora  
Área temática: Formación integral de los alumnos*

## RESUMEN

*En las Universidades desde hace algunas décadas existe una preocupación importante que se deriva de la propensión de parte de los estudiantes universitarios a crear una actitud emprendedora como salida profesional, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema. El objetivo general del presente trabajo de investigación es: analizar la influencia que tienen las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro,*

*El trabajo tiene carácter descriptivo, se analizaron los antecedentes teóricos y empíricos acerca de la formación y la actitud emprendedora de estudiantes, para a partir de ellos formular la hipótesis del trabajo misma que se acepta. El apoyo académico e Institucional sí ayuda positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora, el 68% considera que el plan de estudios de la licenciatura que hasta el momento ha llevado ha influido para generarle una actitud emprendedora, al 65% los maestros le han motivado hacia el emprendimiento, al 43% las Prácticas Profesionales de los que ya las realizaron consideran que hayan influido en el desarrollarle una actitud de emprendedor el 38% no las ha realizado y al 19% no influyó, con referencia a su Servicio Social los que ya lo realizó, considera que no influyo en el desarrollarle una actitud de emprendedora ya que solo el 17% respondió que si influyo, al restante o no lo ha realizado o no influyó, por último en cuanto a si conocen el Programa Institucional de Emprendimiento con que cuenta la Universidad de Sonora, lo más preocupante del presente estudio nos arroja que el 87% o sea la gran mayoría respondió que no lo conocen.*

**Palabras clave: 1. Actitud, 2. Emprendedor, 3. Iniciativa.**

---

<sup>1</sup> Maestría en Administración, Maestro de Tiempo Completo, Universidad de Sonora, tel. 662 23 37 002, [vdelgadam@eca.uson.mx](mailto:vdelgadam@eca.uson.mx).

<sup>2</sup> Doctor, Maestro de Tiempo Completo, Universidad de Sonora, tel. 662 34 27 787, [jcrobles@pitic.uson.mx](mailto:jcrobles@pitic.uson.mx)

<sup>3</sup> Maestría en Administración, Maestro de Tiempo Completo, Universidad de Sonora, tel. 662 84 80 154, [croomo@eca.uson.mx](mailto:croomo@eca.uson.mx)

## Contenido

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	3
I. Marco teórico .....	4
I.1. Factores socio-personales.....	4
I.2 Características sociodemográficas .....	4
I.2.1 Edad.....	4
I.2.2 Sexo.....	4
I.2.3 Ámbito de desarrollo.....	5
I.2.4 Antecedentes familiares empresarios .....	5
I.2.5 Experiencia previa.....	5
I.3 Perfil psicológico.....	5
I.4 Perfil personalidad.....	6
I.5 Perfil emprendedor .....	6
II. Metodología de la Investigación .....	6
II.1. Justificación .....	6
II.2. Objetivo General.....	7
II.3. Objetivos Específicos.....	7
II.4. Hipótesis del Trabajo .....	8
II.5. Preguntas de Investigación .....	8
II.6. Diseño de la investigación .....	8
II.7. Universo, Muestra y Técnica de Muestreo .....	9
II.8. Tamaño de la Muestra.....	10
III. Resultados.....	11
III.1. Hechos y los Datos Recabados en el Estudio .....	11
III.2 Validación del instrumento con Alfa de Cronbach .....	11
III.3 Determinación de ANOVA todos los Ítems y por dimensión .....	12
III.4 Análisis e Interpretación de los Resultados .....	12
III.4.1 Aspectos personales, académicos y laborales.....	12
III.4.3 Dimensión perfil Psicológico. ....	13
III.4.4 Perfil personalidad.....	14
III.4.5 Perfil emprendedor .....	15
III.4.6 Apoyo académico e Institucional .....	16
IV.1. Conclusiones .....	16
IV.2. Recomendaciones.....	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	19
Anexos:.....	21

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación que lleva por título: Influencia de las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Sonora, está orientada a analizar la problemática que existe acerca de la formación de las actitudes hacia el emprendimiento como alternativa de desarrollo profesional en lo personal y hacia al trabajo por cuenta ajena. Por lo tanto el presente estudio tiene como justificación la situación que hoy en día las Instituciones de Educación Superior (IES) sobre todo las del sector público ofrecen en sus programas para el desarrollo de culturas emprendedoras, a pesar de estas herramientas, existen diversos factores y dimensiones que intervienen en el desarrollo del emprendimiento, entre los cuales se mencionan los factores: sociales, demográficos, de personalidad, psicológicos, de experiencia y de formación.

En las Universidades desde hace algunas décadas existe una preocupación importante que se deriva de la propensión de parte de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional la cual en la realidad no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema.

Como primera reflexión Inés Rueda Sampedro Universidad de Cantabria, Ciudad – España, en su investigación denominado: “*Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio*” (Rueda, Fernández-Laviada, & Herrero, 2012), en cuanto a la situación que se deriva de una problemática, establece que durante las últimas décadas se ha hecho patente la importancia que tiene el fenómeno emprendedor, tanto por el desarrollo económico y social que supone un reflejo de desarrollo para las regiones, (Wennekers & Thurik, 1999).

El objetivo general del presente trabajo de investigación es: analizar la influencia que tienen las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, considerando los: aspectos personales, académicos y laborales, familiares, perfiles psicológicos, personalidad,

emprendedor y el apoyo académico e Institucional de los estudiantes, para la formación de la actitud emprendedora.

## **I. Marco teórico**

### **I.1. Factores socio-personales**

En cuanto al género, según Merino y Vargas (2011), Salazar, Herrera, Rueda y León, (2014) las mujeres son menos propensas a iniciar nuevos proyectos empresariales. Además, Merino y Vargas (2011) encuentran que las personas jóvenes presentan una mayor propensión hacia la actividad emprendedora, al igual que los individuos con mayores niveles de preparación académica. Rodríguez y Prieto Pinto (2009) Encontraron que en estudiantes del sexo femenino había una alta disposición a emprender una empresa. No obstante, Fuentes y Sanchez (2010) reportaron una menor iniciativa emprendedora en las mujeres, quienes además evidenciaron temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa propia.

### **I.2 Características sociodemográficas**

Se concretan en todos aquellos hechos reales sobre los individuos que son perfectamente verificables, tales como la edad, el género, los antecedentes emprendedores en la familia y la experiencia de trabajo. Metodológicamente todas estas características sociodemográficas son un instrumento útil para medir las diferencias individuales. Son variables fijas no susceptibles de ser modificadas y su medición sirve para conseguir ciertos efectos en el comportamiento del individuo, por lo que serán analizadas y las utilizaremos como variables de control.

#### **I.2.1 Edad**

Dado que se ha argumentado que los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, y que son los jóvenes que carecen de cargas familiares y compromisos los que mayormente tienen la tendencia a crear su propia empresa, la variable edad debía ser controlada en el estudio.

#### **I.2.2 Sexo**

Debido a los obstáculos que tienen y a los distintos niveles socioeconómicos de donde provienen las mujeres emprendedoras, no constituyen un grupo homogéneo, pero hay algo en común, que

las empresas que crean no pueden ser analizadas aisladamente del entorno económico y sociocultural en el que se desenvuelven (González, 2001), ya que los valores y actitudes sociales influyen en cierta medida en las condiciones de creación y desarrollo de las empresas creadas, gestionadas y dirigidas por ellas. (Rubio, Córdón, & Agote Martín, 1999)

### **I.2.3 Ámbito de desarrollo**

El crecimiento económico que crea oportunidades de negocio también puede crear más posibilidades emprendedoras, subrayando también que si la economía de una nación se expande y hay más demanda de mercancías y servicios, se reflejará la probabilidad de que alguien tenga la oportunidad de iniciar un negocio (Dyer, 1994).

### **I.2.4 Antecedentes familiares empresarios**

La tradición familiar es un factor muy importante en el que se suscita un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas ideas y negocios, (Benavides & Sanchez, 2004). En diversos trabajos se ha comprobado que si los padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial, reflejando la menor preferencia por ser empleado en una gran empresa (Scott & Twomey, 1988); (Crant, 1996) o (Rubio, Córdón, & Agote Martín, 1999).

### **I.2.5 Experiencia previa**

En el trabajo realizado por Peterman y Kennedy (2003) sobre las influencias en las percepciones de los estudiantes hacia la creación de empresas, encontraron que el 80% de los estudiantes encuestados ya poseían la experiencia previa, lo cual originó que existiera un deseo percibido de dichos estudiantes hacia el emprendimiento.

## **I.3 Perfil psicológico**

Los estudios sobre la personalidad del individuo y su conducta hacia la creación de empresas han enfatizado que ciertos factores psicológicos estimulan a las personas a crear una empresa, aunque la definición del emprendedor a través de las características y rasgos ha sido criticado por algunos autores como (Gartner, 1989).

Los aspectos psicológicos del individuo que desea emprender, se sustentan en las experiencias que anticipan un futuro inspirador, generando a su vez un proyecto de vida orientado a transformarse en algo real; por lo tanto, son las situaciones personales o factores socio-

personales los que ocupan un especial interés en su discurso y pueden ser también determinantes en la intención de emprender un negocio.

#### **I.4 Perfil personalidad**

Antes de crear una empresa se considera que debe existir en el individuo la intención de hacerlo. Ajzen, (1991) señala que la intención de una persona es el antecedente inmediato a su comportamiento. Rodríguez y Prieto Pinto, (2009) exponen que “una intención es una expresión de un comportamiento, sólo si el comportamiento en cuestión se encuentra bajo control deliberado por parte del individuo”. A partir de allí que pueda definirse para efectos de esta investigación a la intención emprendedora como una conducta planificada, orientada a la creación de una nueva empresa, donde se identifican oportunidades de negocio y se asumen riesgos con la idea de generar ganancias. Dicho esto, es posible creer que aquellos individuos con intención de emprender tienen altas posibilidades de materializar dicho pensamiento.

#### **I.5 Perfil emprendedor**

Recopilar los rasgos asociados a los emprendedores, no es solo un ejercicio intelectual libre de implicaciones prácticas. Sobre la base del listado general de estos rasgos, podemos proponer, en su momento, un programa de formación de emprendedores, que vaya más allá del consabido curso de plan de negocios, como sinónimo de desarrollo emprendedor.

## **II. Metodología de la Investigación**

### **II.1. Justificación**

A nivel institucional la importancia de incentivar la actitud emprendedora, por medio de propuestas innovadoras que generen de modelos de negocio, modelos de operación y proyectos de innovación, que faciliten la incursión al mercado local o regional y que propicien el bienestar, así como el desarrollo de la sociedad mexicana, respondiendo a sus problemáticas, necesidades y oportunidades.

De este modo, en el presente trabajo se considera el papel relevante que deben de jugar las instituciones públicas, y más concretamente la Universidad de Sonora, por lo que se pretende analizar como influyen las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes, dichas dimensiones consideradas son: los aspectos personales, académicos y laborales, familiares, la intención emprendedora, los

perfiles psicológicos, de personalidad, de emprendimiento y apoyo académico e Institucional de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, que fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora.

## **II.2. Objetivo General**

Analizar la influencia que tienen las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro

## **II.3. Objetivos Específicos**

Analizar la influencia de los aspectos personales, académicos y laborales de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, contribuyen para la formación desarrollo de la actitud emprendedora.

Medir cómo influye en los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, si los aspectos familiares para la formación de la actitud emprendedora.

Evaluar la influencia de la dimensión del perfil psicológico de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, ayudan positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora.

Analizar si el perfil personalidad de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, contribuye positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora.

Medir en los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, si el perfil emprendedor influye positivamente en la desarrollo de la actitud emprendedora.

Evaluar el apoyo académico e Institucional con que cuentan los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, ayudan positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora.

#### **II.4. Hipótesis del Trabajo**

Las dimensiones como los aspectos personales, académicos y laborales, familiares, los perfiles psicológico, personalidad, emprendedor y el apoyo académico e Institucional de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, contribuyen positivamente a favor de la formación de la actitud emprendedora.

#### **II.5. Preguntas de Investigación**

¿Cómo influyen las dimensiones que contribuyen a fomentar e impulsar la creación y desarrollo de la actitud emprendedora de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro el impacto de los aspectos personales, académicos, laborales y familiares en la formación de la actitud emprendedora en los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro?

¿Cuál es la importancia de los perfiles psicológicos, de personalidad y del emprendedor en la formación de la actitud emprendedora en los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro?

¿Qué tan significativo es el apoyo académico e Institucional con que cuentan los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, en la formación de su actitud emprendedora?

#### **II.6. Diseño de la investigación**

El estudio es del tipo cuantitativo en el entendido de la objetividad de los datos numéricos utilizados; dentro de éste y considerando el concepto de diseño, que lo concibe como el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en la investigación; se estructura bajo el tipo no experimental, dado que observamos el fenómeno de forma natural, sin manipular las variables, tal como se da en este contexto, en situaciones ya existentes y con resultados que posteriormente se puedan realizar. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).



Tipo de investigación

<b>Tipo de investigación</b>	Investigación concluyente
<b>Modalidad: Investigación descriptiva</b>	Describe en forma gráfica las características de los fenómenos de estudio y determinar la frecuencia de ocurrencia  Determina el grado hasta el cual se asocian las variables de investigación  Hace predicciones en cuanto a ocurrencia de los fenómenos de estudio
<b>Fuentes de datos</b>	Formulación de preguntas a encuestados a través de cuestionario
<b>Objetivo</b>	Probar hipótesis específicas y analizar las relaciones
<b>Características</b>	La información necesaria se define con claridad  El proceso de investigación es formal y estructurado  La muestra es grande y representativa  El análisis de datos es cuantitativo
<b>Descubrimientos / resultados</b>	Concluyente
<b>Resultado</b>	Los descubrimientos se utilizan como datos para la toma de decisiones

Fuente: (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006)

## II.7. Universo, Muestra y Técnica de Muestreo

La población considerada para la presente investigación corresponde los alumnos avanzados inscritos del quinto al noveno semestre en el ciclo escolar 2016-1 de las siete Licenciaturas de

la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora. Para posibilitar el desarrollo del estudio se ha definido una muestra de dicho universo para economizar tiempo y recursos.

El muestreo es de tipo probabilístico aleatorio simple, basado en el principio de la probabilidad, es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Con la técnica de muestreo aleatorio simple, considerando su utilidad para el diseño del estudio, con un 95% de nivel de confianza y un 5% de error, con una probabilidad de ocurrencia del 50% y probabilidad de no ocurrencia del 50% restante, quedando integrada la muestra 346 alumnos de un universo de 3,628 inscritos en el ciclo escolar 2016-1.

## II.8. Tamaño de la Muestra

Se calculó un tamaño de muestra (**Tabla. 10**) que fuera representativo del universo que conforman los alumnos inscritos en el ciclo escolar 2016-1 de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, los cálculos se presentan a continuación:

Determinación de tamaño de muestra Ciclo escolar 2016-1

Licenciatura	Población total	Proporción	Muestra
Lic. en Administración	955	26%	91
Lic. en Contaduría Pública	1,183	33%	113
Lic. en Economía	129	4%	12
Lic. en Finanzas	299	8%	29
Lic. en Mercadotecnia	481	13%	46
Lic. en Informática Administrativa	55	2%	5
Lic. en Negocios y Comercio Internacionales	526	14%	50
<b>TOTAL</b>	<b>3,628</b>	<b>100%</b>	<b>346</b>
	z	<b>1.96</b>	3.8416
	e	<b>5%</b>	0.0025
	p	<b>50%</b>	
	q	<b>50%</b>	
$n = \frac{z^2(pq)N}{(e^2(N-1)) + z^2(pq)}$	=		<b>346</b>

**Dónde:**

n =	Tamaño de muestra
N =	Universo a muestrear (3,628 estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora)
Z =	Confiabilidad, equivalente al 95%, representada por 1.96
p =	Probabilidad de que el evento <i>se</i> conozca u ocurra 50%
q =	Probabilidad de que el evento <i>no se</i> conozca u ocurra 50%
e =	Error de estimación (en este caso el 5%)

Las 346 encuestas se aplicarán aleatoriamente a los alumnos Inscritos del quinto al noveno semestre de nivel licenciatura de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora durante un mes del ciclo escolar 2016-1.

**III. Resultados****III.1. Hechos y los Datos Recabados en el Estudio**

El resultado del análisis de la presente investigación realizado con el apoyo del software como instrumento de análisis cualitativo de datos en SPSS (Statistical Product and Service Solutions), se presenta tomando como base la encuesta estructurada y utilizada para el levantamiento de la información, de acuerdo a la importancia y relevancia se presenta en este informe el análisis de las preguntas del total de cada una de ellas y sus variables contempladas en dicha estructura, cuyo objetivo es identificar actitudes emprendedoras y los factores influyentes en los mismos, en estudiantes universitarios, mismos resultados que se presentan de acuerdo a las Tablas de frecuencia con su análisis de confiabilidad.

**III.2 Validación del instrumento con Alfa de Cronbach**

En cuanto a la describir las alfas y las significancias que le da validez del instrumento y de acuerdo al grado que se pretendió medir y la fiabilidad de la consistencia interna del cuestionario el alfa de Cronbach resultó ser de .848 lo que se considera un coeficiente de alfa en escala de muy bueno a excelente.

Este mismo procedimiento se hizo para las cuatro dimensiones o constructos donde los resultados entran en la categoría de Bueno (.754) para el perfil personalidad, Muy bueno para la Intención de ser emprendedor (.861) y perfil psicológico (.817), mientras que la dimensión Perfil Emprendedor (.910) obtuvo en nivel de excelente en la escala (Tabla 2).

Escala de validez del Instrumento de acuerdo con Cesar Pérez (Pérez, 2009)

No aceptable	$\leq .50$
Aceptable	Entre .50 y .69
Bueno	Entre .70 y .79
Muy Bueno	Entre .80 y .89
Excelente	Entre .90 y 1.0

Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento que determina la fiabilidad del instrumento con sus Ítems y de cada una de las variables que forman en constructo de la investigación aplicado en la investigación (**Tabla 1**).

En cuanto a describir las medias de acuerdo las cuatro dimensiones o constructos analizados donde los resultados de la intención emprendedora al igual que en el perfil emprendedor, entran en la categoría de acuerdo y totalmente de acuerdo (4.43) y (4.11), en cuanto a los perfiles psicológico y personalidad las medias entran en la categoría Ni en desacuerdo ni de acuerdo y la de acuerdo 3.97 y 3.53 (**Tabla 2**).

### **III.3 Determinación de ANOVA todos los Ítems y por dimensión**

Con respecto a los resultados obtenidos en este estudio (**Tabla 3**), se puede determinar que las dimensiones de intención de ser emprendedor, perfil psicológico, perfil personalidad, perfil personalidad y perfil emprendedor, juegan un papel importante, ya que existe una relación significativa entre estas dimensiones y la actitud emprendedora ya que influyen en la formación de la actitud de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora de la Unidad Regional Centro, así mismo, se ha encontrado que dichas dimensiones contribuyen en la formación por lo que se comprueba y acepta la hipótesis.

### **III.4 Análisis e Interpretación de los Resultados**

Frecuencias

#### **III.4.1 Aspectos personales, académicos y laborales**

Los resultados de los encuestados en los aspectos personales analizados en cuanto a la edad (**Gráfica 1**), se encontró que el 25.7% tiene 22 años, seguido del 18.5% que tiene 21 años, el 15.6% tiene 23 años, el 11.6% tiene 24 años y el resto varía entre los 20 y 38 años en menores porcentajes. Con relación al género de los alumnos encuestados (**Gráfica 2**), el 60% fueron del sexo femenino y el 40% del masculino, predominando las mujeres en el levantamiento de la encuesta

En cuanto a los resultados de los alumnos encuestados con relación a la carrera que cursan, y en base a la determinación de la muestra por cada conglomerado para que diera una parte proporcional (**Gráfica 3**), el 33% fue contaduría Pública, el 26% de Administración, el 15% de Negocios y Comercio Internacional, el 13% de Mercadotecnia, el 8% de Finanzas, el 4% de Economía y por último el 1% de Informática Administrativa.

Con respecto al cuestionamiento de si trabaja o ha trabajado en alguna empresa (**Gráfica 4**), el 81% señala que sí trabajan mientras que el restante 19% No lo hace. Con relación a los años de experiencia laboral de los encuestados (**Gráfica 5**), el 25% tiene un año siendo la mayor representación, el 16% dos años, el 10% de 3 años y el resto de medio año hasta casos de 25 años (en la gráfica se reflejan los cero años de los encuestados que no trabajan). En referencia a las áreas donde se desarrolla o han desarrollado su actividad laboral (**Gráfica 6**) fue en contabilidad o fiscal con el 29%, el 23% en administración, el 19% en mercadotecnia/ventas, el 6% en finanzas, el 2% el producción lo que coincide con un porcentaje similar los que trabajan en recursos humanos y el 1% en alta dirección (en la tabla se reflejan los cero años de los encuestados que no trabajan).

#### **III.4.2 Dimensión: Intención de ser emprendedor**

Con respecto a si piensa algún día tener su propia empresa, los encuestados respondieron de acuerdo a la dimensión intención de ser emprendedor, donde se les planteó lo siguiente: si piensa algún día tener su propia empresa, si la idea de tener su propio negocio o trabajar por cuenta ajena le resulta atractiva, si estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear su propia empresa, si estaría dispuesto a invertir sus ahorros para tener su propia empresa y por último si considera que tiene habilidad para descubrir oportunidades de negocio (**Gráfica 7**), el 64% de las respuestas consideran estar totalmente de acuerdo, el 19% de acuerdo, el 10% ni en desacuerdo ni de acuerdo, el 3% está en desacuerdo y solo el 2% está totalmente en desacuerdo.

#### **III.4.3 Dimensión perfil Psicológico.**

Con respecto a conocer los rasgos psicológicos, los encuestados respondieron de acuerdo a la dimensión perfil psicológico, donde se les encontró lo siguiente (**Gráfica 8**): el 37% de las respuestas consideran estar totalmente de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: el que le gusta destacar en su trabajo/estudios, disfruta con las actividades que suponen un alto

grado de aventura, disfrutan mucho hablando con la gente, el mundo empresarial el trabajo de la gente los siempre es reconocido, les parece que si no asumen riesgos se quedarán estancados(as), les gusta planear a tiempo las actividades que realizan, les gusta trabajar para estar siempre entre los mejores diariamente y analizan los errores para aprender de ellos, entre otros.

El 32% de los encuestados están de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: son muy minuciosos en las tareas que realizan, aguantan perfectamente las situaciones de incertidumbre, son muy receptivos a las nuevas ideas y les resulta fácil encontrar varias soluciones a un mismo problema, entre otros.

El 23% de las respuestas consideran estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, donde se destacan los ítems tales como: que el éxito que logren en sus actividades depende poco de las condiciones sociales y/o económicas, les gusta tener mucha gente a su alrededor, su primera reacción es confiar en la gente, se proponen hacer algo importante y con sentido cada día, les gusta estar donde está la acción y creen que la mayoría de la gente con la que tratan es honrada y fiable.

De menos importancia en los resultados obtenidos, se tiene un 6% que está en desacuerdo y solo el 3% está totalmente en desacuerdo, no encontrando ítems relevantes en estas condiciones.

#### **III.4.4 Perfil personalidad**

Otro aspecto importante analizado fue con respecto a conocer los rasgos de personalidad, los encuestados respondieron de acuerdo a la dimensión perfil personalidad, donde se les encontró lo siguiente: (**Gráfica 9**), el 29% de las respuestas consideran estar totalmente de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: tener dinero para cubrir sus gastos y los de su familia es su principal preocupación, para ellos es muy importante el bienestar de la gente que conforma su equipo de trabajo, mantener una imagen de superioridad ante los demás, no es su principal preocupación, para ellos es muy importante ganarse la confianza de sus compañeros de trabajo, siendo leales y honestos, disfrutan mucho trabajando, tener una actividad que llene su vida es muy importante para ellos, es muy importante para sentirse parte de un equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de ellos y para ellos, la lealtad hacia la empresa y/o grupo es muy importante

El 30% de los encuestados están de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: siempre están ayudando a los demás compañeros aún sin conocerlos, buscan siempre sobresalir y tener

éxito frente a los demás, les gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre se guían por lo que otros hacen, son inquietos (as), siempre están buscando nuevas formas para hacer mejor su trabajo, son perfeccionistas, el progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para ellos, adquirir y acumular bienes o servicios costosos no es muy importante, es muy importante que sus compañeros de trabajo/estudios, familiares y amigos, valoren sus logros reconozcan y les gustan los retos en su trabajo/estudios, prefieren siempre lo nuevo y lo desconocido, entre otros.

El 26% de las respuestas consideran estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, donde se destacan los ítems tales como: prefiero trabajar solos(as), no les gusta tomar decisiones junto con otras personas, les gusta dirigir personas, les gusta que otros hagan lo que ellos quieren que hagan, para ellos, un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo, siempre buscan ser ejemplo para los demás compañeros, son muy activos (as), contagian energía sólo de verse, siempre están preocupados(as) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser eficientes en su trabajo y son muy metódicos (as), les gusta intentar nuevas formas de hacer las cosas, prefieren lo que siempre les ha funcionado, entre otros.

De menos importancia en los resultados obtenidos, se tiene un 10% que está en desacuerdo y solo el 5% está totalmente en desacuerdo, no encontrando ítems relevantes en estas condiciones.

#### **III.4.5 Perfil emprendedor**

Con respecto a conocer los rasgos psicológicos, los encuestados respondieron de acuerdo a la dimensión perfil psicológico, donde se les encontró lo siguiente: **(Grafica. 10)**, el 40% de las respuestas consideran estar totalmente de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: su deseo de superación y progreso, iniciativa, libertad/autonomía/autogobierno, convicción de confianza en sus facultades, actitud mental positiva hacia el éxito, compromiso/constancia/perseverancia., capacidad para administrar recursos., practicabilidad y productividad., responsabilidad/solidaridad/ética y liderazgo, entre otros.

El 36% de los encuestados están de acuerdo; donde se destacan los ítems tales como: fuerza vital, capacidad de identificar oportunidades, visión del futuro, habilidad creadora e innovadora, aceptación y propensión al cambio, capacidad de toma de decisiones con la información incompleta, coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos, capacidad de

realización, soluciones y no problemas y capacidad de integrar hechos y circunstancias, entre otros.

De menos importancia en los resultados obtenidos, se tiene un 19% de las respuestas consideran estar ni en desacuerdo ni de acuerdo, un 4% que está en desacuerdo y solo el 1% está totalmente en desacuerdo, no encontrando ítems relevantes en estas condiciones.

#### **III.4.6 Apoyo académico e Institucional**

Los apoyos académicos e Institucionales analizados considerando que es una variable que influye en la formación de una actitud emprendedora, los resultados de los entrevistados primeramente en cuanto a:

Si considera que el plan de estudios de la licenciatura que hasta el momento ha llevado ha influido para generarle una actitud emprendedora de los entrevistados (**Gráfica 11**), el 68% respondió que sí y el restante 32% que no lo considera. En relación a si los maestros le han motivado a desarrollar una actitud de emprendedor(a) (**Gráfica 12**), el 65% respondió que sí y el restante 35% que no lo considera. Si considera que el Tutor Académico asignado le ha proporcionado información o lo ha motivado a generarle una actitud de emprendedor(a) (**Gráfica 13**), el 78% respondió que no y el restante 22% que sí lo considera.

En relación a si sus Prácticas Profesionales si ya las realizo, considera que influyeron en el desarrollarle una actitud de emprendedor(a) de los entrevistados (**Gráfica 14**), el 43% respondió que sí, 38% No la ha Realizado y el restante 19% respondió que no influyo. Si considera que su Servicio Social si ya lo realizo, considera que influyó en desarrollarle una actitud de emprendedor(a) de los entrevistados (**Gráfica 15**), 55% No la ha Realizado, el 28% respondió que no y el restante 17% respondió que si influyo.

Por último dentro del apoyos académicos e Institucionales analizados sobre sí conoce el Programa Institucional de Emprendimiento con que cuenta la Universidad de Sonora (**Gráfica 16**), el 87% respondió que no y el restante 13% que sí lo conoce

### **IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **IV.1. Conclusiones**

Como resultado del análisis e interpretación de la información del estudio realizado, se llegó a las siguientes conclusiones:



En referencia al objetivo general planteado en esta investigación, el cuál pretendía analizar las dimensiones las cuales se definieron en: aspectos personales, académicos y laborales, familiares, perfiles psicológicos, personalidad, emprendedor y el apoyo académico e Institucional de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, para la formación de la actitud emprendedora, se tuvo un resultado positivo ya que el análisis refleja la percepción de los estudiantes universitarios en un comportamiento hacia la actitud emprendedora a través de la formación que están recibiendo.

En cuanto a los Objetivos Específicos que se propusieron al inicio del presente trabajo, tales como: el analizar si los aspectos personales, académicos y laborales de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, contribuyen para la formación desarrollo de la actitud emprendedora.

Otro objetivo específico planteado fue el evaluar sí el perfil psicológico de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, ayudan positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora, este objetivo sí se cumple ya que la percepción de los alumnos el 37% y 32% consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, por lo que se concluye que la gran mayoría tiene una percepción positiva de su perfil psicológico hacia la actitud emprendedora.

De igual forma al analizar el objetivo específico relacionado a sí el perfil personalidad de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, contribuye positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora, el análisis realizado fue con respecto a conocer los rasgos de personalidad, donde se encontró que el 29% y el 30% estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, lo que se confirma que la mayoría tiene una percepción positiva de su carácter de personalidad hacia la actitud emprendedora

Otro objetivo específico propuesto fue medir en los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, si el perfil emprendedor influye positivamente en la desarrollo de la actitud

emprendedora, lo que da como resultado de acuerdo al análisis realizado, el 40% y 32% de consideran estar totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente, por lo que se concluye que la gran mayoría tiene una percepción positiva de su perfil emprendedor hacia la actitud emprendedora.

Por último, se evaluó el apoyo académico e Institucional con que cuentan los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, si ayudan positivamente a favor del desarrollo de la actitud emprendedora, el 68% considera que el plan de estudios de la licenciatura que hasta el momento ha llevado ha influido para generarle una actitud emprendedora, al 65% los maestros le han motivado hacia el emprendimiento, al 43% las Prácticas Profesionales de los que ya las realizaron consideran que hayan influido en el desarrollarle una actitud de emprendedor el 38% no las ha realizado y al 19% no influyó, con referencia a su Servicio Social los que ya lo realizo, considera que no influyo en el desarrollarle una actitud de emprendedora ya que solo el 17% respondió que si influyo, al restante o no lo ha realizado o no influyó, por último en cuanto a si conocen el Programa Institucional de Emprendimiento con que cuenta la Universidad de Sonora, lo más preocupante del presente estudio nos arroja que el 87% o sea la gran mayoría respondió que no lo conocen.

A partir de la pregunta principal de esta investigación, la hipótesis de investigación en todas las dimensiones y variables y en cada una de las analizadas juegan un papel importante, existe una relación significativa entre estas dimensiones y la actitud emprendedora ya que influyen en la formación de la actitud emprendedora de los estudiantes, así mismo, se ha encontrado que dichas dimensiones contribuyen en la formación por lo que se comprueba y acepta la hipótesis (la significancia de la ANOVA en todo el instrumento y en cada una de las variables es de 0.00).

## **IV.2. Recomendaciones**

De lo anterior, se recomienda en base a la percepción de los universitarios de las licenciaturas de las ciencias económicas y administrativas, que si existe una vocación hacia la formación de la actitud emprendedora por lo siguiente:

Promover y organizar eventos como son las ferias de la creatividad, talleres, exposiciones Institucionales y Divisionales, concursos, pláticas, conferencias, foros, congresos entre otros en apoyo a la formación de la cultura emprendedora.

Que los maestros en sus asignaturas orienten la importancia de la formación de la actitud emprendedora.

Crear acciones de seguimiento del programa Institucional de emprendimiento que motiven la actitud emprendedora.

Capacitación a los tutores académicos para el apoyo de la generación de la actitud emprendedora

Generar incubadoras de empresas que den respuesta a los requerimientos de los alumnos interesados en emprender su propio negocio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajzen, I. (Diciembre de 1991). The Theory of Planned Behavior. (E. B. Inc., Ed.) *Organizational Behavior and Human Decision Processes*(50), 179-211.

Benavides, E. M., & Sanchez, G. I. (2004). El estudiante universitario como emprendedor: un analisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. En S. R. Roig, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, (págs. 403-419). Valencia, España:: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.

Bernal, G. A. (Enero-Abril de 2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. (c. y. Ministerio de educación, Ed.) *Revista de educación*.

Crant, J. M. (Julio de 1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.

Durán-Aponte, E. (Septiembre de 2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia emprendedora: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. (C. e. Bosco, Ed.) *Educación y futuro digital*(7), 59-69.

Dyer, W. G. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(19), 7-21.

Fuentes, G. F., & Sanchez, C. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. (E. Universidad de Cordoba, Ed.) *Estudios de la Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.

Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.

González, M. M. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según el género. *Boletín económico de ICE*(2709).

- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación* (4Ta. ed.). México: McGraw-Hill.
- Leiva, B. J. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. En S. Roig, D. Ribeiro, R. Torcal, A. De la Torre, & E. Cerver, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (pág. 323\*339). Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Loli, P. A., Dextre, J., Del Carpio, G. J., & Elsa, L. J. (2010). Actitudes de Creatividad y Emprendimiento en Estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su Relación con Algunas Variables Socio Demográficas. (F. d. Psicología, Ed.) *REVISTA IIPSI*, 13(2), 139-151.
- Merino, M., & Vargas, C. D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. (S. d. Redalyc, Ed.) *Revista Latinoamericana de(46)*, 38-54.
- Moriano, L. J., Palací, D. F., & Morales, D. J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. (S. d. Redalyc, Ed.) *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Pérez, L. C. (2009). *Técnicas de análisis de datos con SPSS 15*. Madrid, España: Pearson.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (19 de Noviembre de 2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Rodríguez, C. A., & Prieto Pinto, F. A. (Noviembre de 2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia - Francia. (S. d. Redalyc, Ed.) *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19, 79-89.
- Rubio, L. E., Cordón, P. E., & Agote Martín, A. L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. (F. Dialnet, Ed.) *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 37-52.
- Rueda, S. Í., Fernández-Laviada, A., & Herrero, C. Á. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *ERevista FIR, FAEDPYME International Review*, 1.
- Salazar, C. P., Herrera, S. I., Rueda, M. S., & León, R. J. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. (S. d. Murcia, Ed.) *anales de psicología*, 30(2), 549-559.
- Salvador, F. C. (Marzo de 2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*(92), 65-80.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Veciana, V. J. (1989). Características del empresario en España. (F. Dialnet, Ed.) *Papeles de Economía Española*, 39(40), 19-36.

Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13, 27-55.

### Anexos:

#### Tablas

**Tabla 1.** Estadísticos de fiabilidad, Alfa de Cronbach

<b>Variables del perfil (Constructo)</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados</b>	<b>No. de elementos</b>	<b>Media de la variables</b>
<b>Todos los Items del instrumento</b>	<b>.880</b>	<b>.905</b>	<b>88</b>	<b>3.77</b>
<b>Intención de ser emprendedor</b>	<b>.861</b>	<b>.866</b>	<b>5</b>	<b>4.43</b>
<b>Perfil psicológico</b>	<b>.817</b>	<b>.826</b>	<b>22</b>	<b>3.97</b>
<b>Perfil personalidad</b>	<b>.754</b>	<b>.762</b>	<b>22</b>	<b>3.53</b>
<b>Perfil emprendedor</b>	<b>.910</b>	<b>.910</b>	<b>21</b>	<b>4.11</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 1.** Estadísticos de resumen de los elementos determinación de medias de cada variable

<b>Medias de los elementos</b>	<b>Media</b>	<b>Mín.</b>	<b>Máx.</b>	<b>Rango</b>	<b>Máximo/ mínimo</b>	<b>Varianza</b>	<b>No. de Items</b>
<b>Todos los Items del instrumento</b>	<b>3.77</b>	<b>1.06</b>	<b>23.26</b>	<b>22.20</b>	<b>21.87</b>	<b>5.30</b>	<b>88</b>
<b>Intención de ser emprendedor</b>	<b>4.43</b>	<b>4.09</b>	<b>4.57</b>	<b>0.48</b>	<b>1.12</b>	<b>0.04</b>	<b>5</b>
<b>Perfil psicológico</b>	<b>3.97</b>	<b>3.08</b>	<b>4.47</b>	<b>1.39</b>	<b>1.45</b>	<b>0.13</b>	<b>22</b>
<b>Perfil personalidad</b>	<b>3.53</b>	<b>2.40</b>	<b>4.43</b>	<b>2.03</b>	<b>1.84</b>	<b>0.39</b>	<b>22</b>
<b>Perfil emprendedor</b>	<b>4.11</b>	<b>3.75</b>	<b>4.40</b>	<b>0.65</b>	<b>1.17</b>	<b>0.04</b>	<b>21</b>

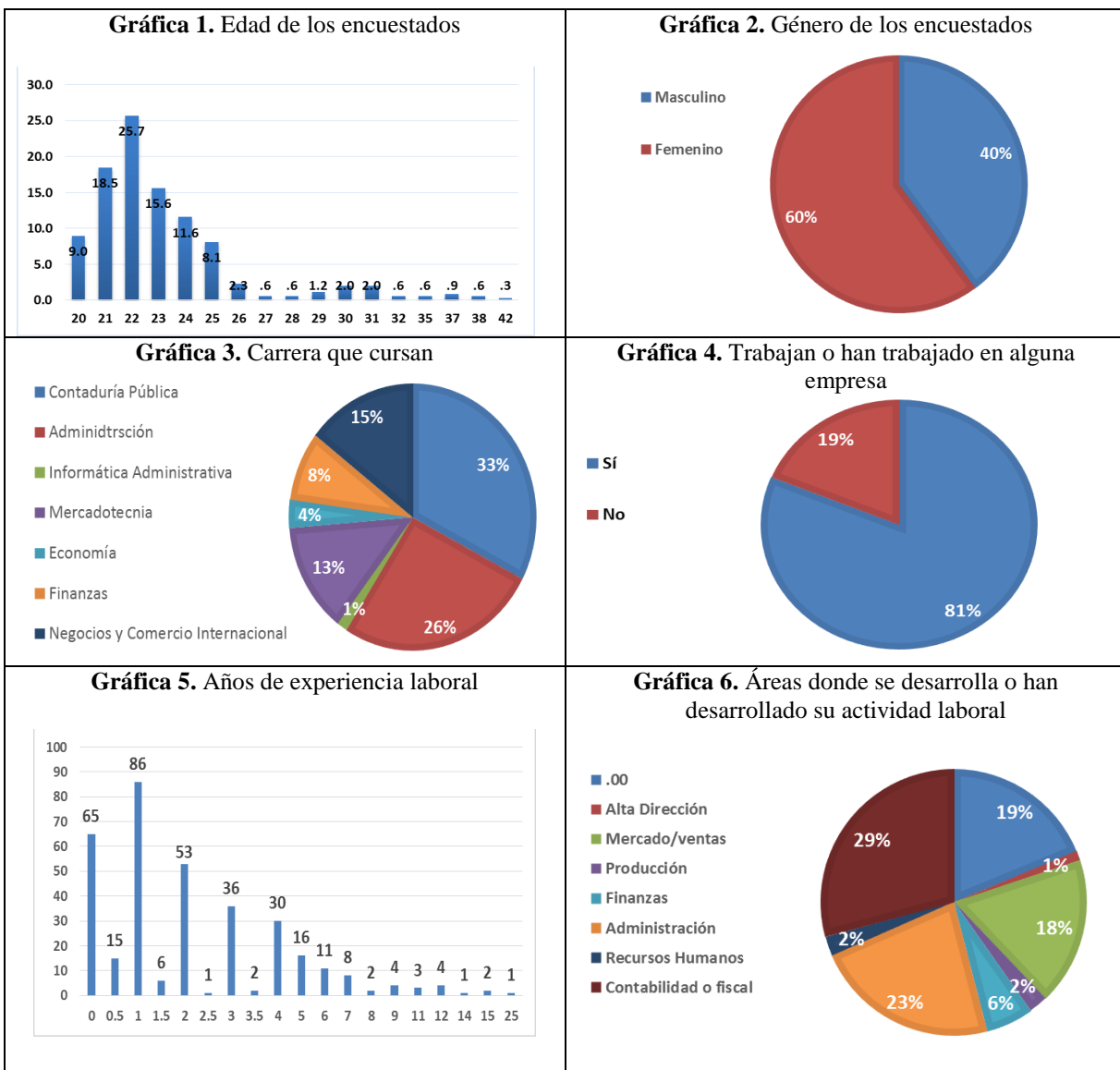
Fuente: Elaboración propia.

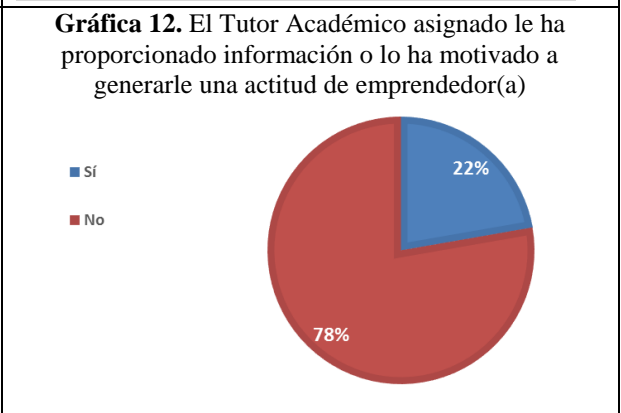
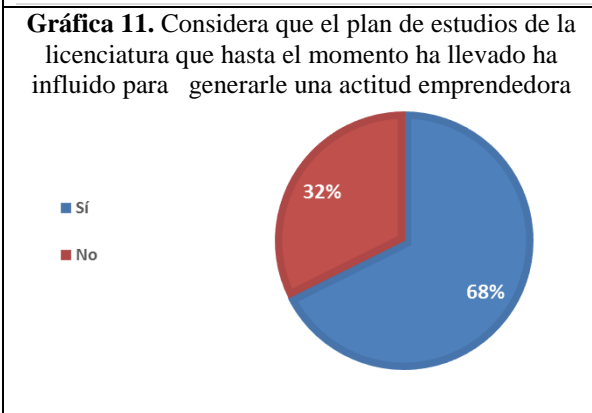
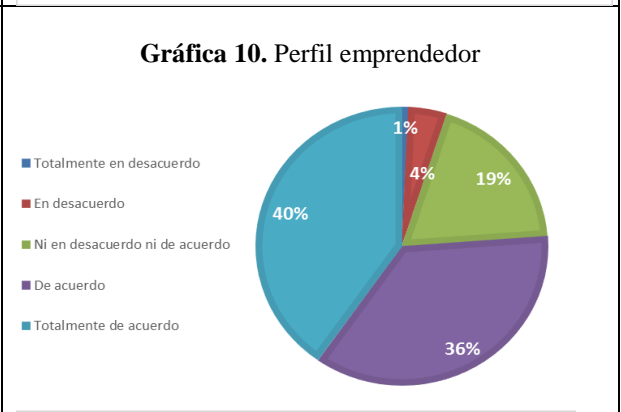
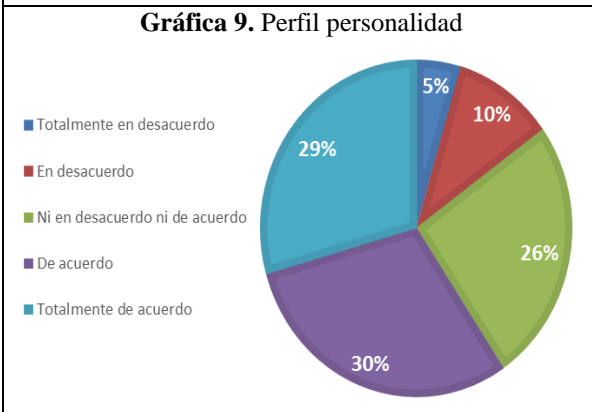
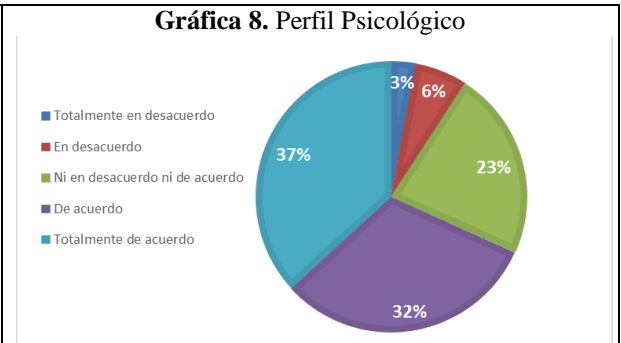
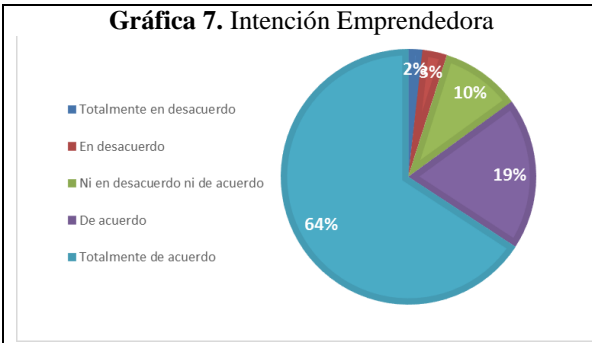
**Tabla 2.** Determinación de ANOVA todos los Ítems y por dimensión

ANOVA						
Todos los Ítems del instrumento:		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-personas		3099.846	345	8.985		
Intra-personas	Inter-elementos	159684.36	87	1835.452	1697.498	.000
	Residual	32454.307	30015	1.081		
	Total	192138.67	30102	6.383		
Total		195238.52	30447	6.412		
Intención de ser emprendedor						
Inter-personas		884.923	345	2.565		
Intra-personas	Inter-elementos	55.297	4	13.824	38.689	.000
	Residual	493.103	1380	.357		
	Total	548.400	1384	.396		
Total		1433.323	1729	.829		
Perfil psicológico						
Inter-personas		1370.286	345	3.972		
Intra-personas	Inter-elementos	973.524	21	46.358	63.650	.000
	Residual	5276.749	7245	.728		
	Total	6250.273	7266	.860		
Total		7620.559	7611	1.001		
Perfil personalidad						
Inter-personas		1362.571	345	3.949		
Intra-personas	Inter-elementos	2859.532	21	136.168	140.099	.000
	Residual	7041.741	7245	.972		
	Total	9901.273	7266	1.363		
Total		11263.844	7611	1.480		
Perfil emprendedor						
Inter-personas		2027.982	345	5.878		
Intra-personas	Inter-elementos	243.776	20	12.189	23.064	.000
	Residual	3646.509	6900	.528		
	Total	3890.286	6920	.562		
Total		5918.268	7265	.815		

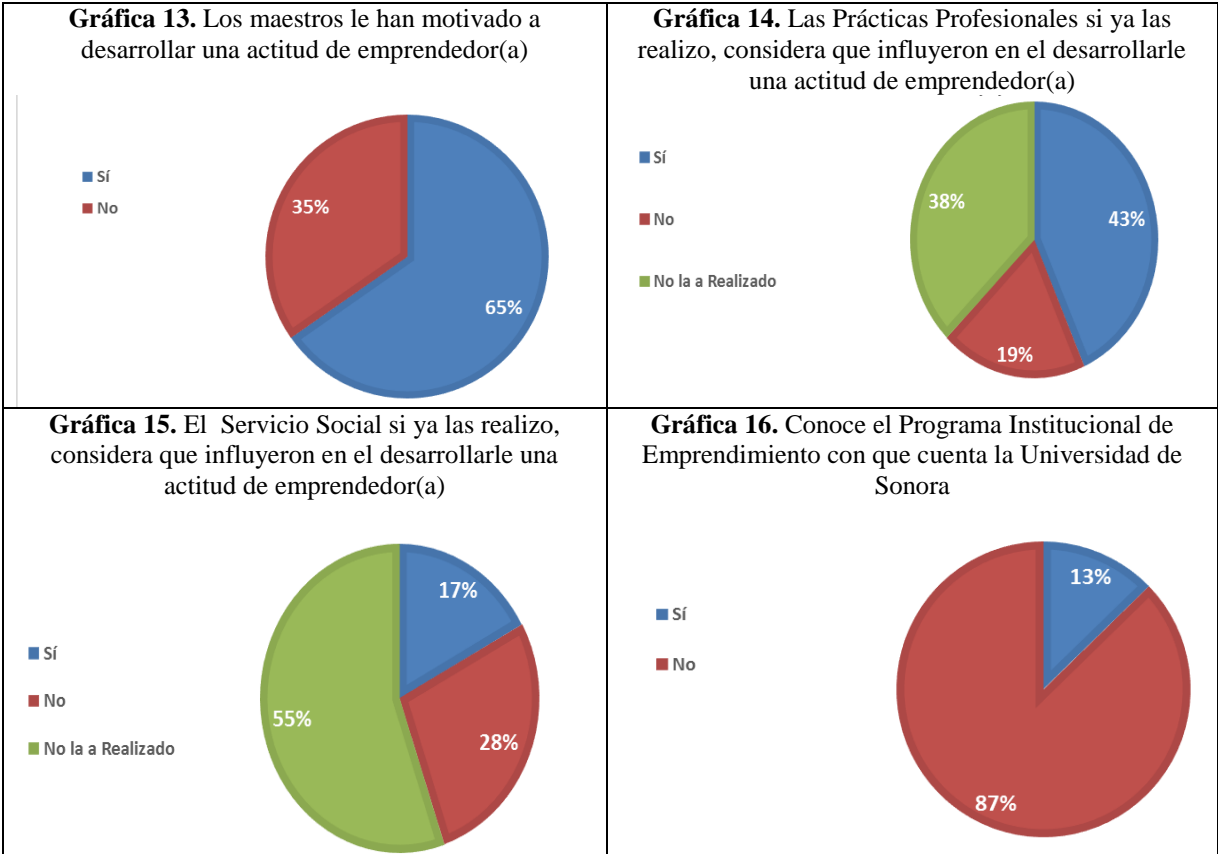
Fuente: Elaboración propia.

## Gráficas:









Fuente: Elaboración propia.