

# LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Leonardo Ramos López, Universidad Autónoma de Baja California  
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma de Baja California  
Luis Ramón Moreno Moreno, Universidad Autónoma de Baja California  
Ramón Galván Sánchez, Universidad Autónoma de Baja California

## RESUMEN

*La economía en México en los últimos años ha venido creciendo a pequeñas tasas, el pronóstico para 2017 prevé desaceleración, además el empleo mayormente ofrece un salario precario, por tal razón un importante porcentaje de la población se encuentra en la informalidad. Este escenario demanda de las instituciones educativas la formación de emprendedores, jóvenes innovadores capaces de crear empresas que se constituyan como fuentes de empleo y riqueza. En tal sentido se realizó un estudio de caso en la localidad de San Quintín, Baja California a fin de medir la orientación emprendedora de los estudiantes universitarios y determinar si el proceso enseñanza aprendizaje aplicado coadyuva en su desarrollo. El estudio se aplicó a una muestra representativa de estudiantes de la localidad. Los resultados ilustran que la intención emprendedora se ubica en un nivel medio, sin embargo, a pesar de que se tiene un modelo educativo con enfoque en competencias, los resultados muestran que no se privilegia el desarrollo de competencias emprendedoras, constituyendo esta área como una oportunidad y un reto a fin de que las instituciones educativas promuevan a través de sus egresados el desarrollo regional.*

**PALABRAS CLAVE:** Orientación Emprendedora, Estudiantes Universitarios, Proceso Enseñanza Aprendizaje

## THE ENTREPRENEUR INTENTION IN UNIVERSITY STUDENTS AND THE TEACHING LEARNING PROCESS

### ABSTRACT

*The economy in Mexico in recent years has been growing at small rates. The forecast for 2017 indicates a slowdown. In addition, employment mainly offers a precarious salary. For that reason, a significant percentage of the population is not thriving. This scenario demands, from the educational institutions, the formation of entrepreneurs. Young innovators are capable of creating companies that are sources of employment and wealth. In this sense, a case study was carried out in the city of San Quintin, Baja California. Our goal is to measure the entrepreneurial orientation of university students and to determine if the teaching-learning process applied helps in its development. The study was applied to a representative sample of local students. The results show that entrepreneurial orientation is at a medium level. However, despite an educational model that focuses on competencies, the results show that the development of entrepreneurial competences is not privileged. It constitutes an opportunity and a challenge in order that the educational institutions promote, through their graduates, regional development.*

**JEL:** 129

**KEYWORDS:** Higher Education, Accreditation, Quality of Education

## INTRODUCCIÓN

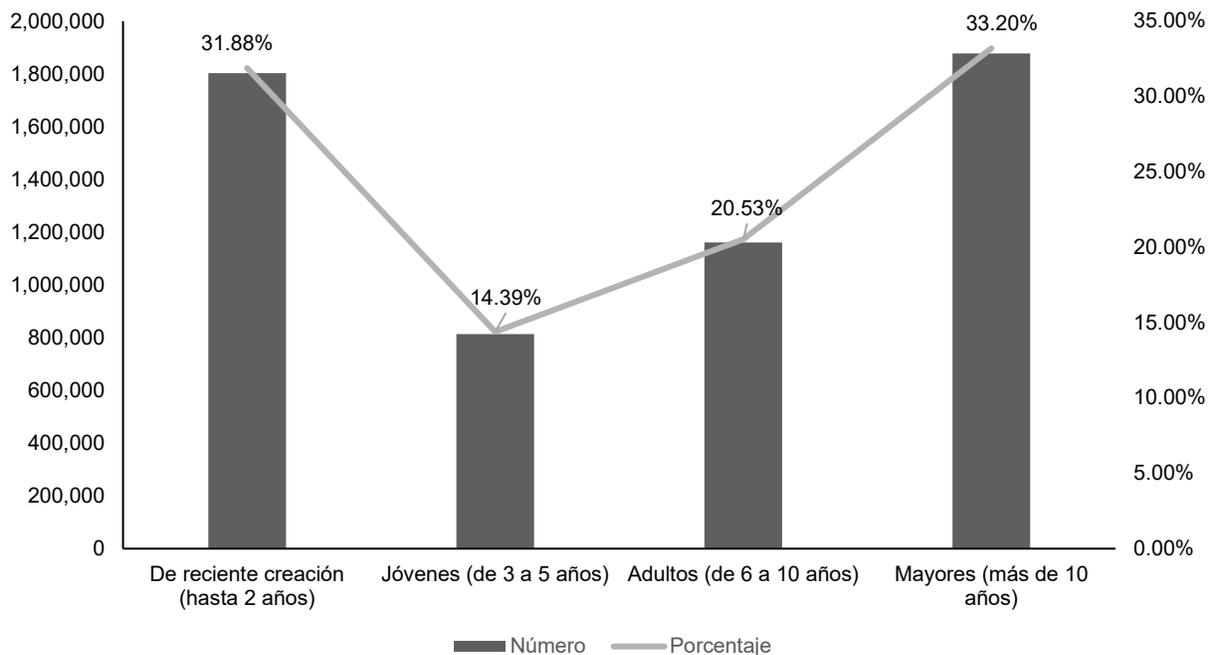
**D**e acuerdo con datos del Censo Económico 2014 en México había poco más de 5.6 millones de establecimientos, 10.71% de ellos tienen como actividad económica la manufactura, el 44.8% se dedica al comercio, mientras el 33.41% ejerce los servicios privados no financieros; 2.03% ejerce otras actividades económicas, 2.47% son asociaciones religiosas y 6.55% son empresas de servicios públicos. Destaca que del total de unidades económicas el 7.14% inició operaciones el 2014. Este total de empresas emplea a poco más de 29.6 millones de personas, de las cuales el 18% labora en manufactura, 24.3% en comercio, 28% en servicios no financieros, 8.11% en otras actividades económicas, 2.3% en asociaciones religiosas y 19.14% en servicios públicos (INEGI, 2015). Del total de establecimientos restando los correspondientes a asociaciones religiosas y los servicios públicos se tiene un total de 5'143,489 empresas, ello significa que opera una empresa por cada 10.5 personas económicamente activas (PEA).

Morales (2012, p. 220) da cuenta desde una perspectiva demográfica lo ocurrido a las empresas mexicanas durante un periodo de veintisiete años (1980 a 2007), destaca que “el volumen de la población de empresas mexicanas se incrementó en poco menos de 800 mil unidades (795 337)”. También señala que “la población empresarial ha sido joven en todo el periodo, poco más de 90% de ellas estuvo situada entre los 20 y 25 años de edad y su promedio se sitúa alrededor de los 10 años”. Empero las empresas desaparecen o mueren, este mismo autor destaca “en 1995, año de una de las peores crisis financieras de nuestro país, cada 34 minutos una empresa cesaba sus operaciones; durante 2007 el tiempo en que se extinguía una empresa era de 20 minutos. Esto es, en la actualidad las empresas se extinguen a una velocidad mayor que en el pasado”.

En el mismo sentido, usando los datos del Censo Económico 2014 y la estratificación del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la figura 1 ilustra el número de empresas de acuerdo a su edad, destaca que el 33.2% sean empresas con más de 10 años de operación; pero el 31.88% son empresas recién creadas; este panorama muestra que el 66.8% de las empresas tienen de cero a 10 años. Por otra parte, la tasa de desocupación del país se ubicó en 4, que representa poco más de 2.1 millones de personas. En adición la tasa de ocupación en el sector informal 1 es de 27, mientras la tasa de ocupación en el sector informal 2 es de 31.2 (INEGI, 2016). Con base en estos datos los autores señalan que los indicadores de ocupación y empleo son característicos de una economía subdesarrollada con bajo o nulo crecimiento económico. Escenario que puede agravarse y generar efectos de pobreza y migración.

Para Botello (2013, p.56-57), el desempleo en México en los últimos dos sexenios es un problema de desequilibrio estructural, destaca que “en lo que se refiere a la población juvenil los principales retos de la economía mexicana para los próximos años son, por un lado, la generación de empleos y ocupaciones productivas, así como el mejoramiento de su inserción en el mercado de trabajo. De esta manera, se requiere que el objetivo de empleo juvenil tenga una alta prioridad en materia de políticas públicas”. Esto a fin de contribuir a revertir la problemática de los llamados “Ninis”. Borunda (2013), refiere este término a la connotación despectiva que se da a los jóvenes de entre 15 a 29 años de edad que no estudian y no trabajan, ya que no han tenido oportunidad de acceder a instituciones de educación y a los mercados laborales. Borunda hace referencia a la Encuesta Nacional de la Juventud (ENJUV) para destacar que el 22% de la juventud en el país estaría en condiciones de tipificarse como Nini.

Figura 1: Empresas en México Según Edad



La figura muestra los porcentajes de empresas que se ubican por estrato según el tiempo que tienen operando (edad). Un tercio de las empresas tienen entre cero y dos años de operar por ello se consideran de reciente creación. Mientras 15% tiene entre tres y cinco años en funcionamiento lo que las tipifica como jóvenes; el 20% se consideran adultas por tener un tiempo de operación entre seis y 10 años. El tercio restante cuenta con más de 10 años de funcionamiento por ello se denominan mayores. Estos datos muestran también la alta rotación que se tiene en las empresas, dado que aproximadamente la tasa asciende a 32%. Estadística que denota un reto a fin de desarrollar un escenario que permita una larga vida a las empresas, ya que ello coadyuvaría en el crecimiento de la economía. Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2015).

Otro aspecto relevante a señalar es el salario que percibe el trabajador en México, según Campos (2015, p. 95), el 13.1% de la PEA tiene un salario mínimo o menos lo cual representa a cerca de 6.5 millones de trabajadores. Asimismo, destaca que:

*“la estructura de salarios no ha cambiado radicalmente desde 2005. Alrededor de 13% gana un salario mínimo o menos, y alrededor de 26% gana entre uno y dos salarios mínimos... se resalta que México es el país con el menor salario mínimo en la región una vez que se ajusta la paridad de compra entre países. El país más similar a México en términos de Desarrollo Humano y más cercano en el salario mínimo es Uruguay. El salario mínimo se tendría que aumentar 51% en México para estar al mismo nivel que en Uruguay.*

Como lo ha ilustrado Campos, 39% de las plazas de trabajo pagan salarios bajos, si bien cumplen con lo estipulado por la Ley Federal del Trabajo (LFT) que en su artículo 90 establece: “Salario mínimo es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo”, es decir las empresas pueden pagar por una jornada de trabajo de ocho horas el equivalente a 4.7 dólares.

Por ello los autores indican que en este sentido la LFT favorece mayormente al patrón y no al trabajador. Llama la atención que el salario mínimo en México sea tan precario cuando gran parte de su economía esta dolarizada, lo que afecta mayormente el poder adquisitivo de la población. Moreno-Brid, Garry y Monroy-Gómez-Franco (2014, p. 92), realizaron un profundo análisis respecto a este tema y argumentan que el salario debe des-indizarse como unidad de cuenta de transacciones ajenas al mundo laboral, asimismo señalan que debe elevarse de manera significativa e inmediata:

*“... a un monto que cubra la canasta alimentaria y, sobre todo, lo inserte en una senda de recuperación real sostenida y responsable, acorde con los mandatos del Artículo 123 de la Constitución, a cubrir cuando menos la canasta ampliada. Ello requiere un compromiso con una estrategia de desarrollo en la cual la igualdad y el crecimiento económico no sean vistos como antagónicos ni como objetivos secuenciales. A fin de cuentas, el debate por un mayor salario nominal acorde con la Constitución va más allá de ser un asunto meramente técnico y es una cuestión política, de economía política que refleja el peso que tiene la igualdad en la sociedad que queremos y podemos construir”.*

Durante el primer semestre de 2017 en México se liberaron los precios de los combustibles, hecho que ha impactado el costo de productos y servicios, afectando mayormente al segmento de la población con menores ingresos, quien percibe el mismo ingreso y ha visto incrementar sus gastos. El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) da cuenta de este escenario, por ejemplo, indica que el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) tuvo un incremento de 6.2% en mayo de 2017 respecto a mayo de 2016 y se proyecta una tendencia al alza en lo que resta del año. Por otra parte, Ruiz, Fuentes y Ruiz (2014), argumentan que los gobiernos y la sociedad en general apelan al espíritu emprendedor como motor para el desarrollo y la recuperación económica. En particular Romero y Milone (2016), señalan que en tiempos de crisis económica se producen cambios profundos e inesperados en la vida de las personas, circunstancias para que florezcan las personas emprendedoras, aquellas que se esfuerzan por identificar y aprovechar las oportunidades del entorno para salir de la inestabilidad económica.

Asimismo, Romero y Milone (2016) destacan que algunos factores del entorno como el crecimiento económico y la prevalencia de una cultura emprendedora que valora positivamente la creación de nuevos negocios, y que no penaliza el fracaso refuerzan e impulsan a más personas a convertirse en emprendedores. Sin embargo, otros factores del entorno como el desempleo pueden obligar a los individuos a convertirse en emprendedores como única opción para sobrevivir. Este es el caso del emprendimiento por necesidad.

Los escenarios de crisis que se han presentado en los últimos años, en diferentes regiones del mundo han desencadenado un particular interés en el tema del emprendimiento, incrementándose el número de estudios sobre este constructo, para Salazar, Herrera, Rueda y León (2014), las primeras investigaciones se orientaron a identificar las características que distinguen a la persona emprendedora de otra no emprendedora y que pueden ser relevantes para la actividad empresarial. En tal sentido Romero y Milone (2016) citan a Shaver y Scott (1991), para indicar que las personas deciden convertirse en empresarios como resultado de elecciones deliberadas. Al respecto Mancilla, Amorós y Vaillant (2016) plantean que los emprendedores nacientes son aquellos que están en proceso de crear una empresa. Pero, cuáles son las razones que llevan a una persona a decidir emprender, para Goyanes (2015, p. 56) “el conocimiento de los factores que influyen en la intención emprendedora de personas jóvenes, es bastante limitado”. En tal sentido el objetivo de este trabajo es analizar la intención que se tiene hacia el emprendimiento, por parte de estudiantes universitarios.

El presente artículo busca contribuir a la bibliografía existente en emprendimiento en zona rural a través de una descripción de las percepciones de los emprendedores potenciales futuros que actualmente cursan estudios superiores (universitarios). Para ello el estudio se articula del siguiente modo: a continuación, se plantean los fundamentos teóricos que guían la investigación y se presentan dos preguntas de investigación y una hipótesis. En el siguiente apartado se describe el método, posteriormente se analizan los resultados y finalmente se presentan las conclusiones e implicaciones que plantea el análisis.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

Romero y Milone (2016) argumentan que el surgimiento de nuevas empresas constituye la savia nueva del entramado empresarial. Destacan que un país sano y dinámico se caracteriza por tener una alta rotación de entrada y salida de nuevos negocios. Donde las nuevas empresas aparecen para explotar nuevas oportunidades que surgen por cambios tecnológicos, del mercado, institucionales, y sociales, sustituyendo de este modo a las que han cubierto su ciclo de vida. Empero Salazar *et al.* (2014), señalan que, si los candidatos perciben un contexto hostil, no mostraran su deseo de iniciar una empresa pese a su actitud favorable hacia el autoempleo.

### Intención Emprendedora

La intención emprendedora se define como "la convicción auto-reconocida de una persona de que ella se propone crear un nuevo negocio y de manera consciente planea hacerlo en algún momento en el futuro" (Thompson, 2009, p. 676 en Salazar, Herrera, Rueda y León, 2014). Para Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz-Campo (2016, p.26), "la intención emprendedora se podría definir como el auto-reconocimiento de la convicción de crear un negocio y la planificación consciente para su realización en un tiempo futuro. El sistema de valores del individuo, cultura, su entorno social, familiar y educativo pueden conforman el deseo de crear o no una empresa propia". Para Osorio y Londoño (2015), el nivel de intención emprendedora refleja el potencial entorno económico de una región. Valencia, Montoya y Montoya (2016, p. 883) citan a Prodan & Drnovsek (2010), para definir intención emprendedora "como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las acciones a tomar por el individuo para llegar a dicho objetivo".

Oliveira, Vieira, Laguía, Moriano y Salazar (2016) indican que el desarrollo de la intención empresarial depende de la combinación de factores personales y factores sociales. Donde la teoría del comportamiento planificado de Ajzen juega un rol preponderante, estableciendo que las intenciones dependen de tres determinantes: la actitud hacia ese comportamiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido. La actitud hacia ese comportamiento se refiere al grado en el que la persona evalúa o valora favorable o desfavorablemente dicho comportamiento. Las normas subjetivas se refieren a la presión social percibida para llevarlo o no a cabo. Y el control del comportamiento percibido se refiere a la facilidad o dificultad percibida para ponerlo en marcha. También la teoría "*push-pull*" ofrece un marco de análisis interesante para interpretar los motivos y tipos de emprendimiento (Ajzen, 1991; Amit y Muller, 1995 en Romero y Milone, 2016).

Souza, López, Bornia y Alves (2013), advierten que es posible considerar la existencia de una predisposición a la conducta empresarial, misma que implica características del hombre y el medio ambiente en el que se desenvuelve, lo que representa, sus acciones, visiones del mundo y la manera de transformar la realidad. En esta lógica, cuando se mide la actitud de la gente, puede explicarse el comportamiento empresarial, es decir, la decisión de crear negocios, innovar y agregar valor a los proyectos, productos y procesos en las organizaciones. Donde el enfoque conductual a la actividad empresarial, el foco de las actitudes y el comportamiento de los antecedentes empresariales surgen de acuerdo a los rasgos de personalidad y las características demográficas.

### Formación en Emprendimiento

Por otra parte, se plantea la pregunta ¿las instituciones de educación superior forman emprendedores, sus procesos de enseñanza aprendizaje inciden en el desarrollo de competencias de emprendimiento?

Goyanes y Serra (2016), señalan que en España se carece de formación específica en el campo del emprendimiento, ya que no se reconoce como disciplina educativa por las autoridades educativas oficiales (ANECA), empero la recesión económica derivada de la burbuja inmobiliaria propició algunos cambios que promueven la educación empresarial como eje fundamental de desarrollo económico. En el contexto de este estudio se define la educación empresarial como cualquier programa pedagógico o proceso de educación para las actitudes y habilidades empresariales, lo que desarrolla ciertas cualidades personales (Fayolle, Gailly; Lassas-Clerc, 2006 en Goyanes y Serra, 2016).

Pertuz, Rojas, Navarro y Quintero (2016, p. 32) señalan que en Colombia “la formación para el emprendimiento busca el desarrollo de una cultura con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo”. Asimismo, Pertuz et al. (2016), destacan que el proceso enseñanza aprendizaje debe centrarse en el alumno, a fin de orientarlo hacia la autonomía y la autodirección del proceso de construcción de conocimiento, proporcionado las bases requeridas y favoreciendo los espacios de reflexión, crítica, trabajo en equipo y autoformación. Tarea compleja que requiere de un docente con características y competencias específicas que debe aplicar de manera integral, para alcanzar el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza-aprendizaje de las llamadas competencias del emprendimiento.

## **METODOLOGÍA**

La presente investigación se define como exploratoria-descriptiva, recolecta datos cuantitativos a través de una encuesta aplicada a estudiantes de educación superior (universitarios). El diseño es no experimental debido a que los datos de interés se obtuvieron en forma directa de la realidad. Se busca contrastar dos variables: intención empresarial y proceso enseñanza aprendizaje del emprendimiento. La variable intención empresarial fue medida considerando si los encuestados estaban pensando en la posibilidad de iniciar un nuevo negocio en el corto plazo (Camelo, Diáñez y Ruiz, 2016). El concepto de autoeficacia empresarial se deriva de la teoría del aprendizaje social, esta variable se basa en la percepción del estudiante de sus propias habilidades y/o competencias para realizar determinadas tareas, lo cual refleja la confianza que posee sobre su propia capacidad para tener éxito (Bandura, 1989; Kickul et al., 2008: en Silva et al., 2016).

El cuestionario se creó a partir de la propuesta de Liñán & Chen (2009), quienes desarrollaron una herramienta para medir la intención empresarial (EIQ) en muestras de dos países muy diferentes (España y Taiwán). En total el cuestionario incluye ocho variables, mismas que se definen en la tabla 1. El análisis también incluyó como variables de control la edad, y estar familiarizado con alguien que había iniciado una actividad empresarial recientemente. La muestra está formada por estudiantes de una universidad pública mexicana. El número total de encuestados asciende a 90. El proceso de colección de datos se hizo vía internet. En la muestra han participado considerablemente más mujeres (60%) que hombres (40%), se ilustran resultados preliminares, la investigación está en proceso. La media de edad se sitúa en los 21.05 años. Los datos fueron analizados mediante SPSS.

Tabla 1: Variables: Definición y Fiabilidad de la Escala

Variable	Ítems	Definición	Alfa de Cronbach
Actitud empresarial	20	Predisposición aprendida, o no, para actuar de una manera innovadora, autónoma, planificado y creativo, el establecimiento de redes sociales (Souza et al, 2013)	0.949
Valoración social	8	Ruiz, Fuentes y Ruiz (2014) con base en Krueger (2000) y Hechavarria y Reynolds (2009) indican que las intenciones de perseguir una oportunidad emprendedora pueden ser predichas en base a tres percepciones críticas acerca de la actividad emprendedora, entre ellas, que ésta se perciba como una actividad con apoyo o respaldo social. Destacan que el respeto hacia los emprendedores es una norma social fundamental que puede influir en las tasas de creación de empresas en un país, dado que las normas sociales pueden afectar los estilos cognitivos, así como los comportamientos individuales.	0.910
Capacidades empresariales (Autoeficacia)	10	Autoeficacia puede ser definida como la confianza de un individuo en su capacidad para tener éxito en roles y tareas empresariales (Chen et al., 1998 en Liñán & Chen (2009).	0.964
Conocimiento empresarial	15	El capital social puede constituir una relevante variable predictora en la probabilidad de iniciar un negocio, dado que las redes de contactos son una fuente importante de conocimiento y nuevas ideas (Hoang y Antoncic, 2003 en Ruiz, Fuentes y Ruiz, 2014). La capacidad del individuo para establecer una buena red de relaciones con conocidos, amigos y gente que puede ser útil para él / ella, haciendo posible el logro de sus / sus objetivos (Silva, et al, 2016).	0.906
Éxito empresarial	8	Rauch y Mills (2002) en Silva et al (2016) definen el éxito empresarial como resultado de las estrategias y objetivos –que el emprendedor asume dados sus atributos psicológicos y su influencia en las prácticas de gestión.	0.906
Desarrollo Empresarial	8	Delfin y Acosta (2016) articulan diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.	0.937
Intención Emprendedora	8	Medida de acuerdo a si los encuestados estaban pensando en la posibilidad de iniciar un nuevo negocio en el corto plazo (Camelo, Diáñez y Ruiz, 2016)	0.856
Proceso Enseñanza aprendizaje (PE-A)	18	Capacitación en emprendimiento construida de posibles efectos de la educación empresarial.	0.974

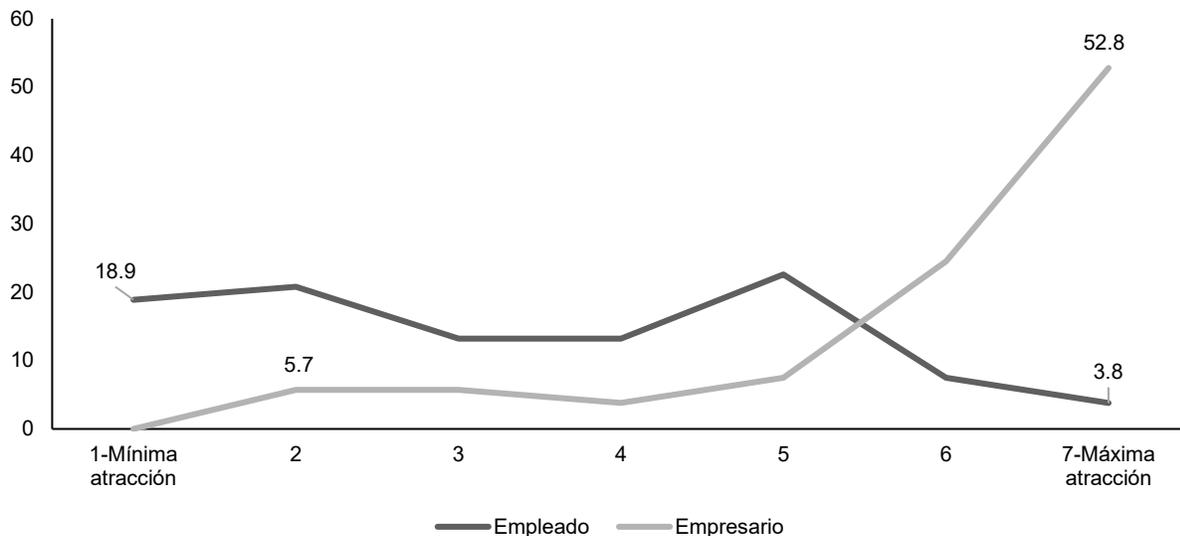
La tabla muestra las variables valoradas en el estudio, define cada una de ellas con base en distintos autores que las han utilizado para estudios de intención de emprendimiento. También se ilustra el valor obtenido como medida de fiabilidad para el conjunto de ítems que se utilizaron para medir dichas variables. En todos los casos los resultados se consideran altos, es decir las preguntas se consideran confiables para medir las variables correspondientes. Fuente: elaboración propia con información de autores citados.

## RESULTADOS

El 87% de la muestra es soltero, 7.5% casado y 5.5% vive en unión libre. Llama la atención que 44% de la muestra se sienta mayormente atraído para ser empresario, mientras el 56% restante le atraiga ser empleado. Pero en el caso de los alumnos atraídos por ser empresarios el 53% se clasifica en el estrato de máxima atracción, el porcentaje restante se encuentra repartido entre los niveles 2 al 6 (figura 2). Estos datos ilustran que el entorno del estudiante universitario favorece mayormente una orientación a ser empleado, ello plantea el reto para propiciar un cambio en este paradigma. Al medir la intención emprendedora se obtuvo una media de 37.66, con moda de 49, calificaciones que indican resultados positivos. El 17% de la muestra no se plantea la intención por emprender en el futuro. Llama la atención que el 40% tenga la intención por emprender (tabla 2). Datos que de alguna manera podrían indicar que el estudiante está consciente de la situación que experimenta el mercado laboral contraído, cuyas plazas de trabajo bien remuneradas son

escasas; de cristalizarse esta intención en la creación de nuevas empresas los jóvenes universitarios contribuirían en la creación de empleo y mejora de la economía de la región rural.

Figura 2: Atracción de Empleado Versus Empresario



Esta figura muestra los porcentajes obtenidos para cada estrato al medir las variables atracción por ser empleado o empresario, las cuales se midieron en una escala de 1 a 7 donde 1 indica mínima atracción y 7 máxima atracción. En la gráfica destaca como para empresario la tendencia a partir de 5 crece exponencialmente. Estos datos ilustran que el estudiante universitario si tiene una intención por emprender, misma que debiera ser apoyada para que sea realidad mediante un entorno adecuado, un reto para las políticas públicas. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2: Índice Para Interpretar Resultados Intención Por Emprender

Puntaje	Inferencia	Porcentaje
7-28	Nula a indiferente	17
29-35	Mínimas intenciones	22.6
36-42	Nivel medio de incidencia	20.8
43-49	Alto nivel de incidencia	39.6

La tabla ilustra los resultados de la variable intención por emprender según la clasificación establecida por medio de un índice desde un nivel de nula intención hasta un alto nivel. Destaca que 60% de la muestra tenga de medias a altas intenciones de emprender. Un dato promisorio para el territorio. Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la tabla 2 se parecen a los obtenidos por Durán y Arias (2015), quienes encontraron que el 57% de su muestra de estudiantes tiene la intención de emprender. Asimismo, se parecen a los obtenidos por Ubierna (2015) al realizar un estudio con alumnos de la Universidad Politécnica de Madrid, donde encontró que 50% de los estudiantes de pregrado consideran tener un negocio propio como el trabajo ideal. La percepción de los estudiantes con relación al proceso enseñanza-aprendizaje (E-A) como generador y agente de desarrollo de competencias emprendedoras indica una calificación media de 90 y moda de 76, ambas apenas indican una percepción positiva. Para entender mejor la opinión de los estudiantes se construyó un índice con cuatro grupos, llama la atención que la percepción se encuentra distribuida casi de forma equitativa entre cada grupo. El 21% de los estudiantes percibe que el PE-A no contribuye en su intención por emprender (tabla 3).

El 79% restante señala que el PE-A si incide en su intención por emprender, aunque dicha percepción va desde un nivel mínimo hasta alto. Estos resultados de alguna manera pueden considerarse parecidos a los obtenidos por Ruiz, García y Delgado (2014) quienes concluyen que los programas de educación emprendedora reducen las diferencias en intención emprendedora de hombres y mujeres. Empero Sánchez y Hernández (2016) destacan que existen pocos estudios sobre educación emprendedora en general y

particularmente pocos estudios cuantitativos, por ello realizaron un estudio con 350 estudiantes cuyos resultados manifestaron una mejora importante en las competencias e intenciones para emprender y por tanto una actitud positiva hacia el comportamiento emprendedor.

Tabla 3: Índice Para Interpretar Resultados Proceso E-A

Puntaje	Inferencia	Porcentaje
18-72	No coadyuva al desarrollo de competencias de emprendimiento	21
73-90	Incide en forma mínima	26.2
91-108	Nivel medio de incidencia	26.4
109-126	Alto nivel de incidencia	26.4

La tabla muestra los resultados del índice que valora la influencia del proceso E-A en crear y desarrollar una intención por emprender en estudiantes universitarios. Llama la atención la casi perfecta distribución de la percepción en los cuatro grupos, aunque un alto porcentaje (79%) de la muestra indicó que el proceso E-A si incide en la intención por emprender. Fuente: Elaboración propia

Por último, se indica la correlación de Spearman Rho determinada entre las variables intención emprendedora y proceso E-A, la cual es significativa con  $\alpha=0.01$  (bilateral), cuyo cálculo indica:  $\rho=0.481$ , es decir el 23.13% de la variable intención por emprender se explica debido a la incidencia del proceso E-A. Espíritu, González y Alcaraz (2012, p. 50), realizaron un estudio con 315 estudiantes de las carreras de Contador y Administración de Empresas, cuyo análisis de regresión ordenado logit y probit arroja una percepción positiva sobre el papel de los docentes en la formación de una cultura de innovación y emprendedora, respecto al PE-A argumentan que los estudiantes que opinan positivamente que en su carrera se promueve el espíritu empresarial, son quienes tienen menor probabilidad de ser emprendedores. Por ello dichos autores concluyen que “el rol que asume el docente influye negativamente en el fortalecimiento del espíritu empresarial en los estudiantes”.

## CONCLUSIONES

El estudio se realizó en una localidad rural con estudiantes universitarios, destaca que la mayoría (56%) se sienta atraído por ser empleado aun cuando el mercado laboral de la región se caracterice por salarios bajos. En el caso de los alumnos atraídos por ser empresarios, este porcentaje debe tomarse con cautela como lo señala Salazar *et al* (2014), ya que el estudio se centra en la intencionalidad de la conducta, donde tener la intención es solo un primer paso para aquellos que pretenden iniciarse en la carrera empresarial, pero faltaría ver si realmente esta intención se transforma en un hecho en el futuro. Es importante señalar que la muestra es pequeña ( $n=90$ ), lo que constituye una limitante, considerando que se trata de un estudio transversal no puede descartarse el efecto de la varianza del método común. Siendo importante y pertinente realizar un estudio longitudinal y ampliar la muestra. Asimismo, valdría la pena analizar posibles diferencias en la intención emprendedora de acuerdo al género y carrera.

## BIBLIOGRAFIA

Borunda Escobedo, J E; (2013). Juventud lapidada: el caso de los ninis. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 22(0) 120-143. Recuperado de <http://uaemex.redalyc.org/articulo.oa?id=85927875006>

Botello Triana, J; (2013). Desempleo juvenil en México, 2000-2010. *Análisis Económico*, XXVIII(0) 43-58. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41329570004>

Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). Article: The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(0), 261-277. doi:10.1016/j.brq.2016.03.001

Campos Vázquez, R M; (2015). El salario mínimo y el empleo: Evidencia internacional y posibles impactos para el caso mexicano. *Economíaunam*, 12() 90-106. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=363542904006>

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2017). Medición de la pobreza. Evolución de las líneas de bienestar y de la canasta alimentaria. Consultado el 8 de mayo de 2017, de la sección medición de la pobreza, web site: <http://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Lineas-de-bienestar-y-canasta-basica.aspx>

Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Analysis and relevance in business development. *Pensamiento & Gestión*, (40), 184-202. <https://dx.doi.org/10.14482/pege.40.8810>

Durán-Aponte, E. y Arias-Gómez, D. (julio-diciembre, 2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.

Espíritu Olmos, R.; González Sánchez, R. F.; & Alcaraz Vera, E. (2012). Desarrollo de competencias emprendedoras: Un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 22(), 29-53. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_CESE.2012.v22.44644](http://dx.doi.org/10.5209/rev_CESE.2012.v22.44644)

Goyanes, M. (2015). Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España. *El Profesional de la Información*, 24(1), 55-61. doi:10.3145/epi.2015.ene.07

Goyanes, M., & Serra, M. (2016). Joupreneur: an original methodology for raising entrepreneurial intentions among journalism students. *El Profesional de la Información*, 25(4), 599-605. doi:10.3145/epi.2016.jul.09

INEGI (2017). Remuneraciones. Salarios en la industria manufacturera, países seleccionados. Consultado el 8 de marzo de 2017, de la sección empleo y ocupación, web site: <http://www.beta.inegi.org.mx/datos/>

INEGI (2014). Censo Económico, Resultados definitivos. Consultado el 8 de marzo de 2017, de la sección censos económicos, web site: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/>

Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

Mancilla, C., Amorós, E., & Vaillant, Y. (2016). Análisis de las primeras etapas del proceso emprendedor. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 10(1), 12-22.

Morales Díaz Covarrubias, R R; (2012). Demografía de negocios en México. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 27() 201-225. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31226401006>

Moreno-Brid, Juan Carlos; Garry, Stefanie; Monroy-Gómez-Franco, Luis Ángel (2014). El Salario Mínimo en México. *Economíaunam*, 11(33), 78-93.

Oliveira, Belkis Maria da Fonseca, Vieira, Diana Aguiar, Laguía, Ana, Moriano, Juan Antonio, & Salazar Soares, Vasco Jorge. (2016). Entrepreneurial intention among university students: Adaptation and validation of a scale (QIE). *Avaliação Psicológica*, 15(2), 187-196. Retrieved April 06, 2017, from

[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712016000200008&lng=en&tlng=en](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712016000200008&lng=en&tlng=en).

Osorio, F. F. & Londoño Roldán, J. C. (2015). Entrepreneurial intention in middle and high school students: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-131. <https://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>

Pertuz-Peralta, P. V., Rojas-Caicedo, Y. G., Navarro-Rodríguez, A., & Quintero, L. T. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 19(1), 29-45. doi:10.5294/edu.2016.19.1.2

Romero-Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *GCG: Revista De Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 10(1), 95-109. doi:10.3232/GCG.2016.V10.N1.05

Ruiz Arroyo, M., Fuentes Fuentes, M., & Ruiz Jiménez, J. M. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales. *Gestión Joven*, (12), 37-51.

Ruiz de la Rosa, C. I.; García Rodríguez, F. & Delgado Rodríguez, N. (2014). Condicionantes de la intención emprendedora en el alumnado universitario: un análisis desde la perspectiva de género. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época. Número: 2, 81 – 96.

Salazar-Carvajal, Pedro F., Herrera-Sánchez, Isabel M., Rueda-Méndez, Samuel, & León-Rubio, José M. (2014). The effect of conservation of resources on the entrepreneurial intention in the context of economic crisis: the moderating role of the self-efficacy and creativity. *Anales de Psicología*, 30(2), 549-559. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.2.159281>

Sánchez-García, José Carlos, & Hernández-Sánchez, Brizeida R. (2016). Influencia del Programa Emprendedor Universitario (PREU) para la mejora de la actitud emprendedora. *Pampa (Santa Fe)*, (13), 55-75. Recuperado en 03 de julio de 2017, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2314-02082016000100004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-02082016000100004&lng=es&tlng=es).

Silva De Souza, G. H., Freire Dos Santos, P. C., Cesar Lima, N., Tavares Da Cruz, N. J., & Rojas Lezana, Á. G. (2016). Entrepreneurial potential and success in business: a study on elements of convergence and explanation. *Revista De Administração Mackenzie*, 17(5), 188-215. doi:10.1590/1678-69712016/administracao.v17n5p188-215

Soria-Barreto, Karla, Zuniga-Jara, Sergio, & Ruiz-Campo, Sofía. (2016). Entrepreneurial Education and Intention in University Students: A Case of Study. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Souza, Eda Castro Lucas de, Lopez Júnior, Gumersindo Sueiro, Bornia, Antônio Cezar, & Alves, Luciano Ricardo Rath. (2013). Entrepreneurship attitude: validation of a measurement instrument based on graded response model of the item response theory. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 14(5), 230-251. <https://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712013000500009>

Ubierna Gómez, F. (2015). La intención emprendedora y el estudiante universitario de turismo: analisis comparativo de grado y máster. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 1(0), 235-273.

Valencia Arias, A., Montoya Restrepo, I., & Montoya Restrepo, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922. doi:10.3926/ic.730

## BIOGRAFÍA

Leonardo Ramos López. Estudiante de Maestría en Administración de la Universidad Autónoma de Baja California en la Facultad de Ciencias Administrativas. Correo: ramosl@uabc.edu.mx

Virginia Guadalupe López Torres. Doctora en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California; actualmente se desempeña como profesora investigadora en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Campus Ensenada de la misma Universidad. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I, cuenta con Perfil Deseable Prodep y es Evaluador Acreditado (RCEA) de CONACYT. Desarrolla investigación en el ámbito de la sustentabilidad, competitividad y desarrollo regional. Correo: vglopeztorres@gmail.com

Luis Ramón Moreno Moreno. Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Baja California; actualmente se desempeña como profesor investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas, en el Campus Mexicali de la misma universidad. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I, cuenta con el Perfil Deseable Prodep y es Evaluador Acreditado (RCEA) de Conacyt. Sus líneas de investigación son en el ámbito de la sustentabilidad (energía y medio ambiente), así como estudios regionales relacionados con empleo y competitividad. Correo: nomarsiul@gmail.com

Ramón Galván Sánchez., Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California; actualmente se desempeña como profesor investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Campus Ensenada de la misma Universidad. Cuenta con Perfil Deseable Promep. Desarrolla investigación en el ámbito de la sustentabilidad, competitividad y desarrollo regional. Correo: ramón.galvan@uabc.edu.mx