

CAPÍTULO 2

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UNIDAD ACADÉMICA CHETUMAL)

José Luis Esparza Aguilar⁴
María de Jesús Pérez Hervert⁵
José Luis Zapata Sánchez⁶

⁴ Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jlesparza@uqroo.edu.mx.

⁵ Profesora-Investigadora, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: hervert@uqroo.edu.mx.

⁶ Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo, División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. e-mail: jzapata@uqroo.edu.mx.

2.1. Introducción

Las Instituciones de Educación Superior en México constituyen un espacio importante para la formación de jóvenes emprendedores, especialmente en momentos coyunturales como el que actualmente se vive en el país, en el que la creación de nuevos negocios o empresas se percibe como una alternativa estratégica para el desarrollo de la región y el país.

El objetivo del presente capítulo se basa en analizar los factores psicológicos que influyen en la intención de creación de una empresa por parte de los estudiantes del área económico-administrativa de la Universidad de Quintana Roo, unidad académica Chetumal. Asimismo, este capítulo se enmarca en la Teoría de Comportamiento Planificado (Schifter y Ajzen, 1985; Ajzen, 2005), en la cual se examinan tres variables psicológicas que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes:

- 1) las creencias específicas, tanto positivas como negativas, asociadas a la creación de una empresa o negocio propio,
- 2) la influencia o presión social en la decisión de emprendimiento, ejercida tanto por personas relacionadas como por la sociedad en general, y
- 3) las capacidades de gestión de los sujetos, que condicionan su capacidad y eficacia para llevar a cabo con éxito su proyecto emprendedor.

Con base en lo anterior se plantea la pregunta de investigación: ¿cuáles son las creencias tanto positivas y negativas, la influencia social y las capacidades de gestión de los estudiantes universitarios que tienen un efecto en la intención de emprender nuevos negocios?

Para llevar a cabo el análisis de este capítulo, se ha utilizado una muestra aleatoria de 385 estudiantes de diferentes semestres de las licenciaturas en economía y finanzas y sistemas comerciales de esta universidad, a los que se les aplicó un cuestionario estructurado cara a cara. Para el análisis de los resultados se utilizaron técnicas estadísticas univariantes y bivariantes.

Este capítulo se ha organizado de la siguiente manera: primero se presenta el marco contextual donde se desenvuelve la institución objeto del presente capítulo, posteriormente se aborda una revisión de la literatura previa relacionada con el tema en cuestión, enseguida se presenta el análisis de los resultados obtenidos y finalmente, se presentan las conclusiones generales del estudio realizado.

2.2. Marco contextual de la institución⁷

La Universidad de Quintana Roo es el centro académico en su tipo más joven del país (27 años). Su creación responde a un viejo anhelo de los quintanarroenses de contar con un centro de educación superior para formar profesionales en las áreas sociales, las humanidades, las ciencias básicas y las áreas tecnológicas de mayor demanda y consumo en esta época de alta competitividad.

Su creación hizo acopio de las invaluable experiencias acumuladas en los últimos setenta años de la educación superior y se incorporaron innovadores conceptos con objeto de convertirla en una universidad de excelencia en México y la Cuenca del Caribe. De conformidad con lo establecido en el Artículo 3 de su Ley Orgánica, la Universidad de Quintana Roo tiene los siguientes fines:

a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.

d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos

⁷ Para efectos de derechos de autor, toda esta información se ha obtenido textualmente de la web de identidad universitaria: <http://www.uqroo.mx//nuestra-universidad/identidad-universitaria/> y del Sistema de Gestión de la Calidad: <http://sigc.uqroo.mx/>.

sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingreso propio, sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

Con una misión social enfocada a atender las demandas de Quintana Roo y del sureste mexicano. Con proyección hacia Centroamérica y el Caribe. Evaluación permanente en búsqueda de una superación institucional y de mayor respuesta social. Con un proyecto educativo innovador basado en la formación integral del estudiante y en el logro académico individual. La misión de la universidad es formar profesionistas sólidamente preparados, comprometidos con el progreso del ser humano, fuertemente vinculado con la sociedad, capaz de contribuir al fortalecimiento de la cultura y al desarrollo social y económico de Quintana Roo y México. Las unidades académicas de Chetumal y Cozumel se ubican en un entorno de enorme riqueza arqueológica, histórica y natural.

El diseño arquitectónico de los edificios universitarios se define por las reminiscencias caribeñas y elementos mayas en su estructura y materiales. La infraestructura de la Universidad de Quintana Roo (UQRoo) incorpora adelantos tecnológicos en áreas sustantivas, como telecomunicaciones basadas en redes de fibra óptica e inalámbricas; edificios inteligentes, generación de energías sustentables, laboratorios y talleres equipados con tecnología de punta, instalaciones deportivas semiolímpicas, entre otras.

El sistema bibliotecario, integrado por dos modernas bibliotecas, pone a disposición de estudiantes, profesores e investigadores de la región un acervo bibliográfico actualizado, y servicios cuya calidad ha sido certificada por organismos internacionales.

La vida académica universitaria se desarrolla en un ambiente de apertura y libertad de cátedra, cuyo propósito es diversificar y mejorar ambientes y procesos de aprendizaje, aprovechando para ello las aportaciones de las ciencias auxiliares de la educación y de las tecnologías de la comunicación y la información. Un amplio esquema de becas estimula la excelencia en los estudiantes. Actualmente, más del 25 % de nuestros alumnos se benefician de algún tipo de apoyo económico.

Atendemos la diversidad étnica de la población universitaria a través de la Unidad de Apoyo a Estudiantes Indígenas, en la que un grupo de académicos especializados diseña y aplica herramientas educativas que faciliten su integración al sistema de enseñanza aprendizaje de la Universidad.

Mediante convenios vigentes de intercambio académico, estudiantes de la UQRoo realizan estudios en diversas universidades de México, América del Norte y Europa, y recibimos constantemente estudiantes extranjeros en nuestras aulas.

La calidad de la planta académica de la Universidad cumple satisfactoriamente los criterios oficiales a nivel nacional, por ello la UQRoo ha merecido reconocimientos nacionales que la ubican como una Universidad de excelencia.

En la planta académica, 87.6 % de profesores de tiempo completo e investigadores de carrera poseen estudios de posgrado (maestría y doctorado); 15.7 % de ellos pertenece al Sistema Nacional de Investigadores, y 66 % tiene el perfil PRODEP reconocido por la Secretaría de Educación Pública (Dirección de Investigación y Posgrado, fecha de actualización 05/10/09). Por su pertinencia, la investigación científica que desarrollan especialistas y estudiantes recibe financiamiento tanto de entidades públicas como privadas, nacionales y extranjeras.

Su modelo educativo implementado se basa en lo siguiente:

- Enfoque centrado en el autoaprendizaje
- Formación integral del estudiante
- Equilibrio entre formación general y especialización
- El profesor se concibe como facilitador del aprendizaje
- Currículum flexible y actualizado
- Formación multidisciplinaria y polivalente
- Innovación educativa

La División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas (DCSEA) cuenta con los siguientes programas educativos (ver cuadro 2.1):

Cuadro 2.1
Programas educativos de la DCSEA
Profesional Asociado en Seguridad Pública
Profesional Asociado en Turismo Alternativo
Antropología Social
Derecho
Economía y Finanzas
Seguridad Pública
Sistemas Comerciales
Turismo
Gestión del Turismo Alternativo
Maestría en Antropología Aplicada
Maestría en Derecho
Maestría en Economía del Sector Público
Maestría en Economía y Administración Pública
Maestría en Marketing
Maestría en Gestión y Desarrollo Empresarial
Maestría en Acceso a la Justicia de los Derechos Humanos
Doctorado en Estudios Culturales y Sociales de Mesoamérica y del Caribe

Fuente: UQRoo (s.f.b).

La matrícula de esta división (gráfica 2.1) durante los ciclos escolares de 2009 a 2018 es como se muestra en la gráfica siguiente.

Gráfica 2.1 Evolución de la matrícula inscrita en la DCSEA.



Fuente: UQRoo (s.f.b).

2.3. Revisión de la literatura

Es importante mencionar que en el ámbito académico y de investigación existen varios trabajos relacionados con el emprendimiento (Krueger y Brazeal, 1994; Liñán y Chen, 2009), sin embargo, algunos han enfatizado en investigar los diferentes factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes (Veciana, 1999; Guerrero y Urbano, 2007; Espíritu y Sastre, 2007; Rodríguez y Santos, 2008; Rueda, Fernández y Herrero, 2012). Los resultados obtenidos por estos autores no han sido nada concluyentes, por lo que resulta muy interesante realizar este trabajo en instituciones de educación superior de un país con economía emergente.

Por lo anterior y en el marco de la Teoría de Comportamiento Planificado (Schifter y Ajzen, 1985; Ajzen, 2005), que ha sido utilizada por diversos autores sobre el tema de emprendimiento (Liñán, 2004; Kolvereid e Isaksen, 2006, Wu y Wu, 2008; Liñán y Chen, 2009; Rueda, Fernández y Herrero, 2012), establece tres variables fundamentales de estudio: 1) las creencias específicas, tanto positivas como negativas, asociadas a la creación de una empresa o negocio propio, 2) la influencia o presión social en la decisión de emprendimiento, ejercida tanto por personas relacionadas como por la sociedad en general, y 3) las capacidades de gestión de los sujetos, que condicionan su capacidad y eficacia para llevar a cabo con éxito su proyecto emprendedor.

De acuerdo con el modelo expectativa-valor de Fishbein y Ajzen (1973), se considera que la actitud es resultado de las creencias de los sujetos respecto al comportamiento y sus consecuencias, y a su vez de la importancia que se otorgue a dichas creencias. En este tenor, los modelos de comportamiento emprendedor basados en la secuencia creencias-actitudes-intenciones (Liñán y Chen, 2009; Campos y Azanza, 2011), proponen que la intención emprendedora está determinada por las actitudes generales hacia el emprendimiento y por las creencias o percepciones respecto a dicho comportamiento. En este sentido, las creencias positivas respecto al emprendimiento tienen un efecto positivo en la intención de crear un negocio propio, mientras que las creencias negativas actúan como una barrera al comportamiento (Kouriloff, 2000; Krueger, 2000; Moriano et al., 2001; Cano et al., 2004; Leiva, 2004; Liñán y Rodríguez, 2005; Urbano, 2006; Fuentes y Sánchez, 2010).

Por otro lado, la norma subjetiva refleja el efecto que ejerce en el individuo la opinión que otras personas como la familia, amigos, colegas de trabajo, entre otros, tengan sobre su forma de comportarse (Warner y DeFleur, 1969; Fishbein y Ajzen, 1973; Schofield, 1974). Esta norma se deriva de dos factores subyacentes básicos: las creencias normativas que el individuo atribuye a

los sujetos de referencia y la motivación para comportarse de acuerdo con los deseos de dichas personas. La evidencia empírica obtenida en el ámbito del emprendimiento ha confirmado una influencia positiva de la norma subjetiva en la intención de crear una empresa propia (Benavides y Sánchez, 2004; Campos y Azanza, 2011).

Por último, el control que es percibido en el comportamiento representa las percepciones del individuo respecto de la presencia o ausencia de los recursos y oportunidades necesarios para desarrollar la conducta (Ajzen y Madden, 1986). Estos factores son muy relevantes en el contexto del emprendimiento universitario, debido a que se trata de una etapa fundamental para el desarrollo de las capacidades y habilidades de los estudiantes. Por esta razón, existe una creciente preocupación en los ámbitos social, político y universitario por identificar y potenciar las capacidades necesarias en cada uno de los estudiantes para impulsar la creación de nuevos negocios o empresas (Rueda, Fernández y Herrero, 2012).

2.4. Análisis de los resultados

Para analizar los resultados del presente capítulo, se utilizaron tablas cruzadas o de contingencia con base en la prueba Chi-Cuadrado de *Pearson*, a fin de evaluar si algunas variables de estudio están relacionadas o no. Asimismo, se consideró pertinente aplicar un análisis de la varianza (ANOVA) de un factor, de tal manera que se presente al lector la información clara y sencilla sobre los resultados de la intención emprendedora en los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo. En las tablas 2.1 a la 2.14 se muestran los resultados obtenidos para cada una de las variables consideradas de este estudio.

La tabla 2.1 muestra que la mayoría de los estudiantes de la licenciatura en sistemas comerciales son mujeres y en la de economía y finanzas son hombres. Esto puede explicarse por la gran participación que han tenido las mujeres en el área de nuevos negocios.

Tabla 2.1			
Programa educativo con respecto al sexo del estudiante			
Variables	Hombre	Mujer	Sig.
Licenciatura en Sistemas Comerciales	28.1 %	49.9 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	13.2 %	8.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

Respecto al programa educativo y la nacionalidad de los estudiantes, se puede observar en la tabla 2.2 que la mayoría de los estudiantes en ambas carreras son de nacionalidad mexicana. El porcentaje menor es la extranjera y esto es debido a la movilidad internacional que tiene la institución y su importante cercanía con el país de Belice.

Tabla 2.2			
Programa educativo con respecto a la nacionalidad del estudiante			
Variables	Mexicana	Extranjera	Sig.
Licenciatura en Sistemas Comerciales	73.8 %	4.2 %	*
Licenciatura en Economía y Finanzas	19.7 %	2.3 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2.3 se puede observar que la mayoría de los estudiantes de ambos programas educativos provienen de la principal ciudad donde se encuentra asentada la unidad académica de Chetumal, siguiéndole los que provienen de comunidades del estado, principalmente del sur de Quintana Roo.

Tabla 2.3				
Programa educativo con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida el estudiante				
Variables	Gran ciudad	Pequeña ciudad	Pueblo o comunidad	Sig.
Licenciatura en Sistemas Comerciales	6.5 %	59.7 %	11.7 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	5.2 %	11.2 %	5.7 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al semestre que cursan actualmente los estudiantes, se observa en la tabla 2.4 que la mayoría se encuentra a la mitad de la carrera, lo que le da mayor importancia a la intención emprendedora pues ya tienen avanzado sus estudios por el hecho de haber cursado diversas asignaturas que les servirán para su desarrollo profesional.

Tabla 2.4				
Situación en la que se encuentra actualmente cursando el estudiante de acuerdo con el programa educativo				
Variables	Reciente ingreso	A mitad de carrera	Próximo a egresar	Sig.
Licenciatura en Sistemas Comerciales	26.0 %	37.9 %	14.0 %	***
Licenciatura en Economía y Finanzas	0.5 %	11.9 %	9.6 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 2.5 muestra lo importante que es el entorno que rodea al estudiante para su intención de emprender nuevos negocios. La mayoría tienen familiares que han emprendido negocios, sin embargo, también un porcentaje considerable mencionan que no tienen amistades emprendedoras ni han sido propietarios de algún negocio.

Tabla 2.5			
Entorno emprendedor del estudiante según el programa educativo que cursa			
Variables	Lic. en Sistemas Comerciales	Lic. en Economía y Finanzas	Sig.
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? No	60.7 %	71.8 %	**
¿Hay alguien de su familia que haya emprendido algún negocio? Si	39.3 %	28.2 %	
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? No	65.7 %	78.8 %	**
¿Hay en su entorno de amistades alguien que haya emprendido un negocio? Si	34.3 %	21.2 %	
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? No	94.3 %	91.8 %	NS
¿Ha sido o es propietario de algún negocio? Si	5.7 %	8.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La intención emprendedora se muestra en la tabla 2.6 por cada programa educativo. Se puede observar que la mayoría, en ambas carreras, respondieron que tienen vagamente, seriamente y el firme propósito de crear nuevas empresas. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

Tabla 2.6			
Intención emprendedora del estudiante según el programa educativo que cursa			
Variables	Lic. en Sistemas Comerciales	Lic. en Economía y Finanzas	Sig.
No, nunca	4.2 %	0.3 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	2.9 %	0.3 %	
Sí, vagamente	23.6 %	5.5 %	
Sí, seriamente	25.7 %	9.4 %	
Sí, firme propósito	21.6 %	6.8 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al estado civil y su intención emprendedora, se observa en la tabla 2.7 que los estudiantes casados respondieron que en su mayoría tienen el vago, serio y firme propósito de crear nuevas empresas.

Tabla 2.7 Intención emprendedora del estudiante según su estado civil				
Variables	Soltero	Casado	Unión libre	Sig.
No, nunca	0.5 %	3.9 %	0.5 %	**
No, pero integrar a empresa familiar	2.6 %	0.5 %	2.6 %	
Sí, vagamente	11.4 %	17.7 %	11.4 %	
Sí, seriamente	15.6 %	19.5 %	15.6 %	
Sí, firme propósito	11.2 %	17.1 %	11.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2.8 se presentan los resultados de la intención emprendedora según su promedio de estudio. Con un promedio mayor a 8.0, los estudiantes en un 18.7 % respondieron que vagamente tienen intención de emprender, mientras que el 22.1 % respondieron que seriamente y con firme propósito (20.0 %) tienen intención para emprender nuevos negocios. Estos resultados no fueron estadísticamente significativos.

Tabla 2.8 Intención emprendedora del estudiante según su promedio de estudio				
Variables	Hasta 7.0	Entre 7.1 y 8.0	Mayor a 8.0	Sig.
No, nunca		0.5 %	3.9 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar	0.5 %	0.3 %	2.3 %	
Sí, vagamente	1.3 %	9.1 %	18.7 %	
Sí, seriamente	2.9 %	10.1 %	22.1 %	
Sí, firme propósito	2.1 %	6.2 %	20.0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$

Fuente: elaboración propia.

La tabla 2.9 muestra la intención de emprender según el sexo del estudiante. Nuevamente sobresale que las mujeres tanto vagamente, seriamente como con firme propósito son las que tienen mayor intención de emprender nuevas empresas.

Tabla 2.9			
Intención emprendedora del estudiante según su sexo			
Variables	Hombre	Mujer	Sig.
No, nunca	0.5 %	3.9 %	***
No, pero integrar a empresa familiar	2.6 %	0.5 %	
Sí, vagamente	11.4 %	17.7 %	
Sí, seriamente	15.6 %	19.5 %	
Sí, firme propósito	11.2 %	17.1 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La siguiente tabla (2.10) muestra la intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida. Se observa que los estudiantes que tienen una mayor intención de emprender nuevos negocios son los que provienen de una pequeña ciudad como lo es Chetumal. La mayoría de los que respondieron que seriamente tienen intención de emprender representan el 26.0 % del total.

Tabla 2.10				
Intención emprendedora del estudiante con respecto al lugar donde ha vivido la mayor parte de su vida				
Variables	Gran ciudad	Pequeña ciudad	Pueblo o comunidad	Sig.
No, nunca		3.9 %	0.5 %	NS
No, pero integrar a empresa familiar		2.9 %	0.3 %	
Sí, vagamente	4.9 %	18.7 %	5.5 %	
Sí, seriamente	3.1 %	26.0 %	6.0 %	
Sí, firme propósito	3.6 %	19.5 %	5.2 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

Fuente: elaboración propia.

La tabla 2.11 muestra claramente que los estudiantes que se preparan académicamente para ser empresarios tienen seriamente (19.5 %) y firme propósito (16.6 %) la intención de emprender nuevos negocios.

Tabla 2.11						
Intención emprendedora del estudiante según para lo que se prepara académicamente						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Ser profesor	1.6 %	0.8 %	3.9 %	2.6 %	3.1 %	***
Ser empleado (empresa privada)	0.5 %	1.0 %	5.7 %	3.4 %	1.3 %	
Ser burócrata (dependencia gubernamental)	1.3 %		6.5 %	2.6 %	1.8 %	
Ser director de una empresa	0.3 %	0.5 %	3.4 %	4.7 %	4.4 %	
Ser empresario (emprender un negocio)	0.8 %	0.8 %	7.0 %	19.5 %	16.6 %	
Otro			2.6 %	2.3 %	1.0 %	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

La tabla 2.12 presenta la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas. Todas las creencias positivas tienen un efecto significativo en la intención emprendedora. Como se observa, la intención emprendedora seriamente y firme propósito son las de un mayor nivel de acuerdo entre los estudiantes. Las creencias negativas no arrojaron datos significativos.

Tabla 2.12						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las creencias positivas y negativas ^a						
VARIABLES	1	2	3	4	5	Sig.
Recompensas económicas	3.53	3.42	3.59	4.16	4.42	***
Independencia/autonomía	4.00	3.50	3.89	4.29	4.54	***
Recompensas personales	3.59	3.83	3.82	4.24	4.47	***
Seguridad familiar y personal	3.88	3.92	3.96	4.23	4.54	***
Invertir y conseguir un patrimonio personal	3.76	4.08	3.99	4.24	4.53	***
Riesgo económico	3.18	3.17	3.18	3.33	3.42	NS
Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas	3.53	3.25	3.29	3.23	3.16	NS
Temor a fracasar y quedar en ridículo	3.59	3.00	2.92	2.91	2.72	NS
Reparos financieros (falta de capital inicial)	3.00	3.42	3.14	3.29	3.20	NS
Cargas fiscales	3.18	3.08	3.00	3.02	3.16	NS
Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.	3.06	2.92	3.16	3.04	3.21	NS

^a En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar; 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

La situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social se muestra en la tabla 2.13. Los primeros cuatro factores sociales son los que arrojaron resultados significativos y sobresale tanto seriamente como firme propósito la intención de emprender nuevos negocios y el nivel de acuerdo de los estudiantes en estos factores.

Tabla 2.13						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según la influencia social^a						
Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Familia directa valora profesión de emprendedor por encima de otras profesiones	2.53	3.00	3.23	3.62	3.59	***
Amigos valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	2.82	3.08	3.22	3.47	3.59	***
Compañeros valoran la actividad emprendedora por encima de otras profesiones	2.88	2.92	3.31	3.44	3.56	**
Cultura de mi país es muy favorable hacia actividad emprendedora	2.53	3.17	2.97	3.18	3.34	**
En mi país, el papel del emprendedor en la economía es poco reconocido	3.00	3.42	3.27	3.35	3.06	NS
En mi país, muchas personas consideran poco aceptable ser emprendedor	3.29	2.83	3.05	3.13	3.03	NS
En mi país, se considera que la actividad emprendedora merece la pena, a pesar de los riesgos	3.24	3.17	3.19	3.50	3.36	NS
En mi país, se tiende a pensar que los emprendedores se aprovechan de los demás.	3.00	3.75	3.16	3.21	3.15	NS

^a En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2.14 se observa la situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento. Se puede observar que la mayoría de las capacidades y habilidades de las estudiantes asociadas arrojaron resultados significativos, lo que puede explicarse como que existe un nivel de acuerdo de los estudiantes con estas capacidades y habilidades y la intención emprendedora.

Tabla 2.14						
Situación media del estudiante con respecto a la intención emprendedora según las capacidades y habilidades asociadas al emprendimiento^a						
Variables	1	2	3	4	5	Sig.
Reconocer potencial de una idea/oportunidad, que permita el surgimiento de una empresa de nueva creación de forma exitosa	3.88	3.25	3.84	4.12	4.26	***
Escribir un plan de negocio, de forma clara y completa	3.59	3.83	3.89	4.05	4.35	***
Reclutar a los empleados idóneos para un nuevo proyecto/empresa	3.47	3.67	3.76	4.00	4.28	***
Estimar correctamente los costos de gestión de un nuevo producto/empresa	3.71	3.58	3.81	4.00	4.36	***
Seleccionar el mejor enfoque de mercadotecnia para introducir en el mercado un nuevo producto/servicio	3.65	3.83	3.94	4.04	4.34	***
Convencer a un cliente de probar un nuevo producto/iniciativa	3.53	3.83	3.95	4.20	4.28	**
Negociar con un proveedor mejores precios para asegurar el éxito de la nueva empresa	3.65	4.00	4.00	3.99	4.15	NS
Trabajar productivamente bajo estrés continuo, presión y conflicto y tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.	2.82	3.42	3.35	3.31	3.73	**

^a En una escala de 1 = Desacuerdo total a 5 = Acuerdo total

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; NS: no significativas.

1 = No, nunca, 2 = No, pero integrar a empresa familiar, 3 = Sí, vagamente, 4 = Sí, seriamente, 5 = Sí, firme propósito

Fuente: elaboración propia.

2.5. Conclusiones

Los resultados obtenidos en este trabajo muestran que la intención emprendedora entre los estudiantes de la Universidad de Quintana Roo (Unidad Académica Chetumal) se encuentra relacionada con las creencias positivas asociadas a la creación de un negocio propio, con algunos factores de la influencia social percibida en su entorno futuro profesional, y con las habilidades y capacidades del estudiante para crear nuevos negocios.

Estos resultados serán de gran interés para fomentar o impulsar el emprendimiento en las etapas de iniciación y formación previas a la incorporación de los estudiantes al ámbito laboral. Es importante se realicen campañas de concientización sobre las ventajas e inconvenientes de crear nuevos negocios. Asimismo, los resultados de esta investigación plantean la necesidad de replantear políticas públicas para facilitar la creación de nuevas empresas, en especial en lo que se

refiere a trámites y acceso a financiamiento. También, la influencia social en la decisión de crear nuevos negocios implica que se realicen campañas de información para que se mejore la percepción social del emprendimiento. De este modo, es muy importante que se valore socialmente al empresario y al emprendedor como agentes económicos relevantes para el desarrollo de una región.

Dentro de las limitaciones que tienes este trabajo, es que la muestra utilizada fue solo a dos programas educativos de la universidad y específicamente de la DCSEA (Unidad Chetumal). Por tanto, es importante ampliar la muestra a todos los programas educativos de la universidad y de todas sus unidades académicas.

Por último, la investigación desarrollada permite constatar la influencia de la capacitación profesional en la intención de desarrollar una actividad empresarial propia. Por tanto, resulta imprescindible incorporar en los programas educativos asignaturas y contenidos dirigidos a dotar a los estudiantes de habilidades y capacidades de gestión necesarias para poner en práctica sus propios proyectos empresariales. Es decir, se trata de formar a los futuros empresarios de la región o el país no sólo en cómo se debe gestionar una empresa, sino en todos los aspectos vinculados a su puesta en marcha, desde la idea de negocio, la formulación de un plan estratégico, la constitución de la empresa, la financiación de recursos, y la puesta en operación de la empresa.

2.6. Referencias

Ajzen, I. y Madden, T.J. (1986). Prediction of goaldirected behaviour: Attitudes, intentions and perceived behavioural control. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 22, 453-474.

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2da ed.) Berkshire, England: Open University Press.

Benavides, M.M. y Sánchez, I. (2004). *El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados*, en Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A. y Cerver, E. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, cap. 4 (pp. 403-419). Valencia, España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.

Campos, T. y Azanza, G. (2011). *La intención emprendedora en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Deusto*. Bizkaia, España: BizcaiLab.

- Espíritu, R. y Sastre, M.A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, n. 17, 95-116.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1973). Attribution of responsibility: A theoretical note. *Journal of Experimental Social Psychology*, v. 9, 148-153.
- Fuentes, F. y Sánchez, S.M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- Guerrero, M. y Urbano, D. (2007). Entrepreneurial Universities: The case of Autonomous University of Barcelona. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona,
- Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, v. 21, 866-885.
- Kouriloff, M. (2000). Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: a multidisciplinary approach. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Winter, 59-79.
- Krueger, N. (2000). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 19(3), 91-104.
- Leiva, J.C. (2004). *Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR*, en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I, 323-339. Valencia, España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Liñán, F. y Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F. (2004). *Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad. Análisis empírico para la provincia de Sevilla*. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Economía Aplicada I, Universidad de Sevilla, España.
- 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), 229-242.

- Rodríguez, M.J. y Santos, F.J. (2008). La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. *ICE-Revista de Economía*, v. 841, 117-132.
- Rueda, I., Fernández, A. y Herrero, Á. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio, *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, Vol. 1 No. 2, julio – diciembre, 9-15.
- Schifter, D.B. y Ajzen, I. (1985). Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 49, 842-851.
- Schofield, J.W. (1974). Effect of norms, public disclosure and need for approval on volunteering behaviour consistent with attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 31, 1126-1133.
- Universidad de Quintana Roo [UQRoo] (Sin fecha.a). Identidad Universitaria. Recuperado de: <http://www.uqroo.mx//nuestra-universidad/identidad-universitaria/>
- Universidad de Quintana Roo [UQRoo] (Sin fecha.b). Sistema de Gestión de la Calidad. Recuperado de: <http://sigc.uqroo.mx/>
- Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya: Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Barcelona, España: CIDEM.
- Veciana, J.M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-33.
- Warner, L.G. y DeFleur, M.L. (1969). Attitude as an interaction concept: Social constraint and social distance as intervening variables between attitudes and action. *American Sociological Review*, v. 34, 153-169.
- Wu, S. y Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO

COORDINADORES

Dr. José Luis Esparza Aguilar

Dra. María de Jesús Pérez Hervert

Dr. José Luis Zapata Sánchez

Mtro. Naiber José Bardales Roura

LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO

COORDINADORES

Dr. José Luis Esparza Aguilar

Dra. María de Jesús Pérez Hervert

Dr. José Luis Zapata Sánchez

Mtro. Naiber José Bardales Roura



DATOS DE CATALOGACIÓN BIBLIOGRÁFICA:

José Luis Esparza Aguilar, María de Jesús Pérez Hervert, José Luis Zapata Sánchez y Naiber José Bardales Roura.

Primera edición

Editor: Universidad de Quintana Roo

México 2018

ISBN: **978-607-9448-62-2**

Área: Ciencias Sociales y Administrativas

Formato: electrónico

Páginas: 135

LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MÉXICO**OBRA COLECTIVA**

Esta obra es producto de investigaciones colectivas por Profesores-Investigadores de seis Instituciones de Educación Superior (IES) de México sobre el tema de la intención emprendedora de los estudiantes del área económica-administrativa, y fue evaluada con arbitraje de doble ciego y mediante cesión de derechos por parte de los autores. Los gastos de operación de las investigaciones, su arbitraje, trámites de edición y publicación son erogadas por los propios investigadores y las instituciones de adscripción.

D. R. © UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra y su transmisión por cualquier medio, actual o futuro, sin el consentimiento expreso por escrito del titular del derecho. La composición de interiores y el diseño de cubierta son propiedad de la Universidad de Quintana Roo.

Las opiniones expresadas por los autores de los capítulos no necesariamente refleja la postura del editor de la publicación.

Editado en Chetumal, Quintana Roo, 2018.



ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO..... 1

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Esparza Aguilar

José Luis Zapata Sánchez

CAPÍTULO 2. UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UNIDAD ACADÉMICA CHETUMAL) 13

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez

CAPÍTULO 3. UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA 31

Judith Cavazos Arroyo

Olivia Alejandra Paredes Aldama

CAPÍTULO 4. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO TEMASCALTEPEC)..... 53

Marcela Jaramillo Jaramillo

Patricia García Hernández

Francisco Jaimes Millán

Manuel Antonio Pérez Chávez

CAPÍTULO 5. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO (CENTRO UNIVERSITARIO ATLACOMULCO)..... 71

Zugaide Escamilla Salazar

Jessica Onofre Sánchez

Fidencio Ochoa Flores

Carlos Alberto Baltazar Vilchis

CAPÍTULO 6. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CHETUMAL..... 91

María Josefina Aguilar Leo

María Guadalupe de los Ángeles Noverola Muñóz

**CAPÍTULO 7. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES
..... 110**

José Luis Zapata Sánchez

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

Naiber José Bardales Roura



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

