

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



Título:

**Actitudes de emprendimiento en jóvenes de
Educación Media Superior**

**Trabajo recepcional para obtener el Grado de
Maestra en Administración de Negocios**

Presenta:

Nancy Araceli Ruiz Tejeda

Directora:

Dra. Gizelle Guadalupe Macías González

Tepatitlán de Morelos, Jalisco, Enero 2019

H. Junta Académica del Programa de
Maestría en Administración de Negocios del
Centro Universitario de los Altos de la Universidad de Guadalajara
Presente

En mi carácter de Directora del trabajo recepcional titulado: “Actitudes de emprendimiento en jóvenes de educación media superior”, que presenta el C. Nancy Araceli Ruiz Tejeda, expongo que, lo he revisado y que a mi juicio cumple con los requisitos académicos y de rigor teórico-metodológico y de contenido, por lo que puede ser sometido al examen de grado correspondiente a la Maestría en Administración de Negocios.

Por lo antes expuesto, me permito emitir el presente oficio de: liberación del trabajo recepcional, en mi carácter de Directora, con la finalidad de que pueda llevarse a cabo la defensa del mismo.

Atentamente

Tepatitlán de Morelos, Jalisco a 15 de noviembre de 2018



Dra. Gizelle Guadalupe Macias González
Profesora investigadora de tiempo completo

Dedico este trabajo a mis padres, Mario Ruiz Padilla y María Elva Tejeda Hernández, quienes me han apoyado en todo momento y me han enseñado a trabajar de manera constante para lograr la consecución de mis proyectos.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad de Guadalajara por la excelente formación que he recibido en esta Casa de Estudio, a través del programa y del cuerpo académico de la Maestría en Administración de Negocios. En particular, externo todo mi agradecimiento a mi directora de tesis, la doctora Gizelle Guadalupe Macías González, a mi asesor, el doctor Juan Francisco Caldera Montes y a mi coordinadora, la Dra. Edith Guadalupe Baltazar Díaz, quienes me guiaron con su experiencia y su conocimiento en el planteamiento y en el desarrollo de mi trabajo de investigación, gracias a ellos, con su invaluable apoyo, he logrado concluir la redacción de este documento.

Asimismo, doy las gracias al Mtro. Agustín Horacio Gallardo Quintanilla, director de la Escuela Preparatoria Regional de Tepatitlán, por haberme permitido desarrollar la investigación con la población estudiantil de los planteles escolares a su cargo, por su apoyo y confianza que como jefe me ha brindado durante todo este tiempo.

Aprovecho también para agradecer a mis compañeros de trabajo, a la maestra Adriana Pérez Armendáriz y al maestro Cristián García Lozano, por su paciencia, al escuchar y discutir conmigo el proyecto de investigación en sus distintas etapas.

Finalmente, agradezco a familiares y amigos por su comprensión y tolerancia ante mis inevitables ausencias durante este proceso que concluyo satisfactoriamente después de tanto esfuerzo.

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1 Antecedentes: Marco contextual de la investigación	4
1.1.1 Contexto económico	4
1.1.2 Características generales de los jóvenes en México	5
1.1.3 Jóvenes y empleabilidad	6
1.1.4 Crecimiento económico y cultura de emprendimiento	8
1.1.5 México	9
1.1.5.1 Descripción del emprendimiento mexicano	10
1.1.5.2 Impacto económico del emprendimiento mexicano	10
1.1.5.3 Jalisco	11
1.2 Problema de investigación	13
1.3 Justificación	17
1.4 Pregunta de investigación	17
1.5 Objetivo	18
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	19
2.1 Emprendimiento	19
2.1.1 Teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter: Innovación, destrucción creativa, empresario	20
2.1.2 Nociones de emprendimiento	22
2.1.3 Tipos de emprendimiento	25
2.1.4 Definición de actitud	27
2.1.5 Actitud emprendedora	28
2.2 Los cinco factores de Ibáñez (2002) que integran las actitudes de emprendimiento	30
2.2.1 <i>Nociones de control percibido</i>	30
2.2.2 <i>Nociones de innovación</i>	31
2.2.3 <i>Nociones de asunción de riesgo</i>	32
2.2.4 <i>Nociones de autoestima</i>	32
2.2.5 <i>Nociones de necesidad de logro</i>	33
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	34
3.1 Enfoque y diseño de la investigación	34
3.2 Participantes	34
3.3 Instrumento	37
3.3.1 Constructos	37
3.4 Procedimiento	39
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	41

4.1	Contexto familiar	48
4.2	Discusión	50
CONCLUSIÓN		52
5.1	Futuras líneas de investigación	54
BIBLIOGRAFÍA		55
6.1	Referencias electrónicas	61
ANEXOS		63
Modelo de cuestionario aplicado en la encuesta a los estudiantes de bachillerato de la Escuela Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos		63

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un fenómeno social y económico que ha sido objeto de investigaciones debido a que es considerado como un factor de crecimiento y de dinamismo del mercado laboral. En las últimas décadas ha captado la atención de los gobiernos y de las instituciones educativas; quienes buscan comprender al emprendimiento en todas sus dimensiones con el objetivo de propiciar el desarrollo de nuevas generaciones de emprendedores exitosos.

En la investigación documental de este trabajo se encontró que el emprendimiento ha sido estudiado a partir de varios enfoques, entre los que destacan el contextual, el socioeconómico, el de los rasgos individuales del emprendedor y, como una extensión de este último, el de la inteligencia emocional. Aunque la investigación no tuvo como eje central un enfoque sobre la inteligencia emocional de los estudiantes, al final del proceso, los resultados obtenidos permitieron el replanteamiento de la investigación hacia este tipo.

Cabe mencionar que recientemente otras investigaciones sobre el emprendimiento se han trabajado desde la biología y las neurociencias, no sólo desde el ámbito de las ciencias sociales y económicas. Por ende, la diversidad de enfoques muestra el interés y la relevancia que este tópico mantiene en las discusiones de las comunidades científicas en la actualidad.

En el caso particular de esta investigación, el enfoque estuvo orientado al reconocimiento de los rasgos individuales del emprendedor en una población específica: los estudiantes de la escuela Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara, durante el calendario 2017 B, con el objetivo de obtener un diagnóstico del perfil de emprendimiento de ellos para posteriormente elaborar proyectos que respondan adecuadamente a sus necesidades.

La investigación fue tipo descriptivo-cuantitativa, aplicándose una encuesta a la población estudiantil de la escuela sede, distribuida en dos locaciones y en sus módulos: Acatic, Cañadas de Obregón, Valle de Guadalupe y Yahualica. La pregunta que guió el proceso de investigación se centró en la búsqueda del perfil de la población estudiantil en relación con las características individuales del emprendedor, con el objetivo de reconocer si los jóvenes muestran una tendencia favorable o desfavorable hacia el emprendimiento.

El estudio también contempló un ejercicio de indagación del contexto económico y cultural del fenómeno del emprendimiento que ocurre en América Latina, particularmente en México, y, en específico, la región de los Altos Sur del estado de Jalisco.

A partir de ello se lograron identificar datos importantes, por ejemplo, sobre la vinculación entre la empleabilidad de los jóvenes, la pobreza y la violencia que se vive en los países latinoamericanos; el interés que los gobiernos de la región tienen por el fortalecimiento del desarrollo del emprendimiento como medida de inserción laboral de los jóvenes; las carencias del emprendimiento de la región al limitarse la mayoría de los casos al mercado local y al encontrarse fuera del ámbito tecnológico y de la generación de conocimientos.

Además, se observó cómo las instituciones educativas en coordinación con las instituciones gubernamentales han buscado fortalecer el emprendimiento a través de la incorporación de cursos enfocados al desarrollo del emprendimiento, mediante los planes y los programas de estudio que se ofertan en el país.

En este punto, el énfasis se dio en las unidades de aprendizaje que se han implementado con este fin en el nivel medio superior, dado que el grupo poblacional objeto de esta investigación fueron estudiantes de bachillerato. Esta información se integró, en forma detallada, en el apartado de la naturaleza de la investigación de este documento.

En el marco teórico se ofrece información general sobre el entramado conceptual en el que se ha desarrollado la noción de emprendimiento; y se precisa la definición de la actitud de emprendimiento a partir de los cinco factores del modelo teórico de Ibáñez.

En el apartado de la metodología se especifican las características de la investigación, de los sujetos de estudio, del diseño de los instrumentos y de cómo se llevaron a cabo cada uno de los momentos que culminaron en la redacción de este trabajo.

En el penúltimo apartado se presentan los resultados obtenidos a través del análisis de los datos, incluyendo la discusión de estos con la finalidad de resaltar las peculiaridades del perfil de emprendimiento de los estudiantes de la institución. Finalmente, se incluye un breve apartado de conclusiones.

Considero que a pesar del propio alcance y las limitaciones que surgieron durante el proceso de investigación, los resultados obtenidos sí abonarán o permitirán una adecuación y ajuste de las unidades de aprendizaje orientadas al desarrollo de competencias y, a la vez, favorecerán la inserción laboral de los egresados de la

Preparatoria Regional de Tepatitlán, de la Universidad de Guadalajara. Resultados que mostraron una tendencia positiva, con matices que habrá que tomar en cuenta al trabajar en la formación de nuevas generaciones de jóvenes bachilleres.

CAPÍTULO 1: NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se plantea el problema de investigación a partir del contexto social y económico donde ocurre el fenómeno del emprendimiento juvenil. Esto contribuye a la identificación y a la precisión de los objetivos y de las razones por las que su estudio en la población estudiantil de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos, sede y módulos, es relevante. Dichos elementos se exponen en las secciones que componen este primer capítulo del reporte de la investigación.

1.1 Antecedentes: Marco contextual de la investigación

Aquí se inicia con la exposición del contexto general en el que ocurre el emprendimiento, y se hace a partir de dos aspectos de suma importancia para la comprensión del problema. En el primero de estos se trata de situar al emprendimiento en el marco del desarrollo económico, desde una perspectiva mundial hasta llegar a la perspectiva local. Mientras que en el segundo aspecto se describe la situación de los jóvenes y las dificultades que enfrentan para lograr su inserción en el mercado laboral. Esta información permite establecer la trascendencia de situar la actitud de emprendimiento de los jóvenes formados en el programa de bachillerato de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos.

1.1.1 Contexto económico

En las tres últimas décadas las características económicas de la región conformada por países latinoamericanos han mostrado una tendencia hacia la precariedad del empleo. Esta tendencia se mantiene a pesar de que estos países han exhibido algunos periodos cortos de recuperación. Entre los periodos de 1990 a 1997, de 1998 a 2008 y de 2009 a 2012, el desarrollo económico se vio afectado por las crisis asiática, global e hipotecaria respectivamente.

Durante este tiempo los diecinueve países de Latinoamérica han tenido marcadas fluctuaciones en los indicadores de la demanda agregada y del PIB, mostrando un patrón del tipo efecto “montaña rusa” que denota cómo Latinoamérica presenta inestabilidad en la producción y en el empleo. Este tipo de fluctuaciones no ha generado la confianza requerida por los inversionistas y ha sido un factor determinante en el deterioro del mercado laboral (French-David, 2012, pp. 35-37).

En este sentido, la precariedad del empleo es una de las principales preocupaciones a nivel mundial. Así lo muestra la Organización Internacional de Trabajo (OIT), al observar que:

...si se cumplen las proyecciones de crecimiento lento para 2017, el desempleo aumentará nuevamente el próximo año a 8.4%. En el promedio regional de crecimiento económico se reflejan diversas realidades, destaca el informe, pues coexisten tasas positivas en América Central, Caribe y México, con contracción en América del Sur, y en especial en Brasil, un país donde vive cerca de 40% de la población económicamente activa de toda la región y que influye fuertemente en el promedio para América del Sur y para toda la región.

Consecuentemente, para aumentar los empleos en Latinoamérica se han desarrollado políticas con la finalidad de fortalecer el mercado laboral. Por ejemplo, se han tomado medidas para incrementar la productividad efectiva promedio con la intención de estimular la inversión, se han desarrollado programas para el mejoramiento de la capacitación de la fuerza laboral, y se han puesto en marcha programas que buscan impulsar la innovación y el emprendimiento empresarial.

Hay que mencionar que este panorama no es exclusivo de Latinoamérica, ya que en lo que va del siglo XXI, a escala global se observa un proceso de desaceleración del desarrollo económico. Durante 2012 el crecimiento mundial cayó hasta 1.8% debido a la desaceleración global del crecimiento económico en el que las inversiones y la innovación disminuyeron (Rekowski, 2013).

Para estimular el crecimiento económico y que éste se vea reflejado en la cantidad y en la calidad de los empleos, tanto Estados Unidos como la Unión Europea y América Latina y el Caribe buscan recuperar la confianza de los inversionistas.

El impulso de la innovación se presenta como uno de los elementos clave en las políticas económicas que tratan de combatir el problema del desempleo a nivel mundial – problemática que en los países latinoamericanos presenta una cara más aguda–, por lo cual la promoción del emprendimiento está contemplada en la agenda de los gobiernos en turno, como una de las maneras de desarrollo económico más factible.

1.1.2 Características generales de los jóvenes en México

En los estudios sociodemográficos de México realizados por el INEGI, publicados por la Secretaría de Desarrollo Social en el sitio oficial de esta dependencia en enero de 2016, se observa que en el país había 38.3 millones de jóvenes. El promedio de edad de este

segmento de la población se encontraba en los 27 años. De estos, 50.3% de los jóvenes eran mujeres. En ese mismo año, el estado de Jalisco contaba con 2.52 millones de jóvenes, el 50.95% eran mujeres (SEDESOL, 2016).

En México, los estudios sobre el grupo poblacional de jóvenes comenzaron a analizarse a partir de 1985, para ello se creó el Centro de Estudios sobre la Juventud. Una de las principales temáticas abordadas desde su creación ha sido la relación entre el nivel de formación educativa y la condición laboral de los jóvenes. Esta relación ha tomado importancia debido a sus fuertes implicaciones en la planeación gubernamental de la reestructuración económica del país (SEDESOL, 2016).

1.1.3 Jóvenes y empleabilidad

De igual forma se ha observado que una de las problemáticas globales urgentes por enfrentar es la creciente tasa de desempleo. Hay que precisar que esta problemática muestra su cara más aguda cuando se trata de la población de jóvenes que se encuentran en edad de laborar. Las consecuencias del desempleo temporal o permanente en los países latinoamericanos (que no cuentan con seguro de desempleo) no sólo significa quedar excluido del mercado laboral, también significa quedar expuesto a vivir en condiciones de pobreza extrema. El empobrecimiento de la población en general, y particularmente el caso de los jóvenes, es una situación que tienen que encarar todos los países sin excepción. Sin embargo, en América Latina el problema se encuentra en niveles críticos.

A escala global, el desempleo es considerado un problema económico, político y social, cuya solución no se puede dar por decreto, sino que se requiere de un proceso en el cual todos los actores sociales participen. En Latinoamérica el desempleo presenta otra arista que vuelve más apremiante la búsqueda y puesta en marcha de soluciones.

La pobreza en los países latinoamericanos es un detonante para el surgimiento de inseguridad, violencia y marginación. Por lo que es urgente el desarrollo de programas que aseguren el incremento de empleos de calidad y que estén orientados hacia la incorporación en activo de las generaciones de jóvenes (Abdala, 2004, p. 63).

Durante los primeros años de la década del 2000, la población de jóvenes quintuplicaba el desempleo con relación a los mayores de 45 años, y llegaban a representar el 50% de los desempleados en los países latinoamericanos (Abdala, p. 27). La situación aún no ha mejorado. Actualmente los jóvenes siguen enfrentando como un problema la búsqueda de su primer empleo, y se ven orillados a emplearse en condiciones laborales precarias, que no les ofrecen una perspectiva de crecimiento laboral, ni de bienestar económico, por lo que terminan abandonando sus aspiraciones optando la mayoría de las veces por la inactividad sin tiempo definido o la incorporación a las filas del crimen organizado.

A lo anterior se suma el componente demográfico de América Latina y el Caribe, en el cual los jóvenes menores de 24 años representan el 50% de la población con condicionantes de pobreza estructural, en donde un 39% de los habitantes se encuentran por debajo de la línea de pobreza (Abdala, p. 18).

Para afrontar el desempleo juvenil los países latinoamericanos han creado programas que permiten a los jóvenes una formación de alta calidad por experiencia laboral, dentro del concepto de *trabajar para aprender* (Abdala, p. 61), con miras de que estos puedan emplearse con una perspectiva de crecimiento y se logre la disminución de la pobreza de este grupo poblacional.

En el caso de México, los niveles de desempleo son menores a los presentados por los otros países de América Latina. Sin embargo, las condiciones de los empleos y de los ingresos tienden a disminuir en su calidad. El empleo para el grueso de la población se da a través de mecanismos como el autoempleo, la subcontratación y la informalidad.

El mercado de trabajo en México no es muy alentador, nos encontramos frente a un deterioro de las formas de inserción laboral con consecuencias inquietantes para amplios sectores sociales. La precariedad de las relaciones y condiciones laborales implica la vulnerabilidad social de amplios sectores de la población y el debilitamiento de trabajo como uno de los mecanismos básicos de integración y movilidad social, el cuadro se torna aún más dramático cuando se trata de la población juvenil que ingresa a temprana edad al mercado de trabajo, en un contexto de escasez de empleos y desregulación de las relaciones laborales, la fuerza de trabajo más joven está expuesta a condiciones laborales extremadamente precarias (Navarrete, 2001).

Otros datos que nos ayudan a comprender la situación laboral de los jóvenes en México son los recogidos por la *Encuesta Nacional de la Juventud* que se realizó en el año 2000. El rango de edades de los hombres y las mujeres jóvenes asalariados va de los 12 a 29 años, con una inserción laboral que ocurre en condiciones inestables y una tasa de participación económica de este grupo poblacional de 46.8%.

La gran mayoría de los jóvenes son empleados u obreros (74.2%), a ellos se suman los jornaleros (10.1%) y los trabajadores a destajo (1.2%), entonces se tiene que 85.5 % de los trabajadores jóvenes son asalariados (De Oliveira, 2006, pp.3-4). También destaca que solo 21.9% de los jóvenes asalariados realiza actividades relacionadas con sus estudios y 16 % tienen jornadas de trabajo excesivas, más de 50 horas a la semana (De Oliveira, 2006, p.6).

Desde este contexto socioeconómico local la formación de los jóvenes mexicanos en la cultura del emprendimiento parece una salida laboral viable y con mejores expectativas de éxito (Formichella, 2004, p.7).

1.1.4 Crecimiento económico y cultura de emprendimiento

El desarrollo de la cultura de emprendimiento ha resultado de vital importancia para impulsar el crecimiento económico de Latinoamérica; así lo muestra la fundación del *Instituto Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que tiene su filial en México. Para describir el emprendimiento, el GEM parte de dos variables básicas, la primera es la actitud hacia el emprendimiento y la segunda son las aspiraciones de los emprendedores.

Además, para este organismo, el estudio de la actitud emprendedora de la población es fundamental en la comprensión de la actividad efectiva. Pues para este organismo, así como para los estados, es importante identificar el paso que media entre la predisposición para el emprendimiento y la ejecución de las acciones para ser un emprendedor de *facto* (2016, p.49).

Desde el 2011, el GEM ha observado que la región de América Latina y el Caribe cuenta con un gran potencial de crecimiento, como destaca Amorós (2011, p. 2), debido a condiciones tales como una población de alrededor de 569 millones de personas y un

producto interno bruto de aproximadamente 6.6 mil millones de dólares (según el *Organismo de Paridad de Poder Adquisitivo*, 2009).

Sin embargo, Amorós reconoce que los niveles de crecimiento económico han sido bajos en comparación con dicho potencial, y considera que ello es consecuencia del nivel educativo, de la creación de conocimiento y de algunas reformas económicas, las cuales al no ser óptimas han dificultado las actividades de innovación y de creación de nuevas empresas con mayor potencial de crecimiento. A esto se suma que la mayoría de las nuevas empresas se enfocan en el comercio local y, consecuentemente, gran parte de ellas tienen una vida corta.

1.1.5 México

En el reporte anual 2015-2016 de la GEM se detallan los siguientes indicadores de emprendimiento para México. En términos generales los datos muestran que el país tiene una cultura de emprendimiento que se encuentra en crecimiento. Un 49% de las personas en el país considera al emprendimiento como una opción deseable. El 45% de los mexicanos ve claramente que existen oportunidades de negocio para iniciar una empresa. El 34% de las personas que emprenden tienen algún tipo de miedo al fracaso y el 46% de los potenciales emprendedores se sienten seguros al considerarse ellos mismos capaces de emprender.

Sin embargo, la cultura de emprendimiento en México presenta características desfavorables que se observan en los indicadores económicos del país. Pues como el mismo reporte del GEM señala, existe la falta de innovación creativa de los emprendedores mexicanos y de exploración de mercados internacionales. Esto se refleja en el bajo porcentaje de los emprendedores que apuestan al sector tecnológico (1%), y sólo un 14% de las nuevas empresas obtienen ingresos fuera del mercado nacional.

La tendencia del perfil de emprendimiento en el país no permite el aprovechamiento de las oportunidades de negocios en el exterior, lo cual nos remite a la necesidad de una exploración más detallada y a una adecuada comprensión del perfil de la cultura de emprendimiento mexicana, que llevaría a optimización de los programas públicos y privados para desarrollarlos en pro del emprendimiento, involucrando al sector empresarial, a las universidades y a los gobiernos locales.

En el Reporte Nacional 2015 del GEM se describen los factores que componen el ecosistema de emprendimiento en México. En éste se describe cómo ha sido la interacción de los sectores empresarial, educativo y gubernamental, en aras de establecer las condiciones para el desarrollo de los emprendedores. Según el GEM, en el 2015, el factor que no mostró mejoras fue el educativo.

El instituto considera que se requiere atacar las carencias a través de estrategias que fomenten el emprendimiento desde la educación básica y se incentive el factor transferencia de ciencia y de tecnología. En el caso de este último factor, se observa que en América Latina se ha avanzado en el reconocimiento a la ciencia y la tecnología como la base para la creación de empresas más competitivas (p. 18).

1.1.5.1 Descripción del emprendimiento mexicano

Las aspiraciones de los emprendedores en México se caracterizaron de la siguiente manera: el 12.6% de las empresas con actividad emprendedora esperan generar más de cinco nuevos empleos en los primeros diez años, y solo 6.2% tienen expectativas altas de crecimiento. El 30.8% de los emprendedores considera que su producto o servicio es novedoso para todos o para algunos de sus clientes. Mientras que sólo el 2.6% de las empresas incorporan tecnología nueva que ha estado disponible en el último año. El 22.5% de los emprendedores espera lograr una expansión de mercado. Y únicamente el 1.5% está orientado hacia el mercado internacional (GEM, 2015, p. 16).

Estos datos sobre las aspiraciones de los emprendedores son consecuentes con la falta de mejoría de los dos factores del ecosistema de emprendimiento que se han mencionado anteriormente, es decir, la base tecnológica y la internacionalización.

1.1.5.2 Impacto económico del emprendimiento mexicano

Una de las preocupaciones importantes al tratar sobre emprendimiento es cómo se pueden traducir todos estos esfuerzos en un impacto favorable para el desarrollo económico del país, es decir, que los esfuerzos se vean reflejados en factores como la generación de empleos de calidad, el grado de innovación, la intensidad de la

competencia, el uso de nuevas tecnologías o de nuevos procesos, la expectativa de expansión de mercado y la orientación hacia el mercado internacional.

En el 2015, en el factor generación de empleo se observó que las nuevas empresas generan entre 1 a 5 empleos. El 15% de las actividades emprendedoras no generan empleos adicionales al autoempleo. Es destacable que ninguno de los emprendedores encuestados –por el GEM– llega a emplear a 20 personas, y las proyecciones a cinco años que presentan se muestran conservadoras o moderadamente positivas. Por lo que actualmente el impacto positivo del emprendimiento en el mercado laboral y en el crecimiento económico del país no es consistente.

1.1.5.3 Jalisco

Por otra parte, la cultura de emprendimiento en Jalisco tiene matices interesantes, pues mientras se tiene una valoración alta del emprendimiento, el 41% de los encuestados considera que iniciar un negocio es una buena opción de carrera y el 36% asocia un alto estatus a los emprendedores exitosos, la *Tasa de Actividad de Emprendimiento* en etapas tempranas es la más baja de las regiones analizadas en el *Reporte Nacional del GEM* (2015, p.8).

Otro dato del emprendimiento de Jalisco del año 2015 que resalta es el nivel de escolaridad de los emprendedores en el estado, al concentrarse el porcentaje más alto de ellos, con el 21%, en la población con estudios máximos de preparatoria (Rodríguez-Aceves, y otros, 2016, p.35), siendo este segmento poblacional nuestro universo de estudio: jóvenes que cursan el bachillerato.

En tanto, los expertos sugieren que la promoción de la actividad emprendedora de Jalisco requiere (Rodríguez-Aceves, y otros, p.9):

- (1) Un mayor grado en capacitación y asesoría
- (2) Disposición de más recursos económicos
- (3) Un mayor impulso a la formación y la capacitación de inversionistas
- (4) Creación de espacios de emprendimiento e innovación
- (5) Diseño de programas educativos de emprendimiento para los niveles básicos

(6) Promoción de una cultura para aprender del fracaso

A continuación, se presenta una tabla con la información recolectada sobre el ramo de emprendimiento de los principales municipios del estado de Jalisco, en ella se puede observar que los nuevos negocios del municipio de Tepatitlán de Morelos se han dado principalmente en el ramo de carnicería, venta de plantas, venta de semillas y perfumería.

Tipos de emprendimientos (nuevos y establecidos)			
<p>18 de marzo (Guadalajara) Tienda de artículos de limpieza Abarrotes Panadería</p> <p>Acatlán de Juárez Academia de artes marciales Helados y raspados Lonches Purificadora de agua Reparación de computadoras y venta Tienda naturista</p> <p>Arandas Zapatería Venta de teléfonos celulares</p> <p>Atotonilco el Alto Cocteles de frutas Tlapalería Ropa para dama Ventas de materias primas Venta de pan casero</p> <p>Bellavista (Acatlán de Juárez) Abarrotes Ingenio azucarero Lonchería Pizzería</p>	<p>El Grande Bandas industriales Estética Mercería, papelería y regalos Comida Panadería Abarrotes Venta de productos cosméticos</p> <p>Guadalajara Confección y venta de uniformes empresariales y vestidos de novia Lavado de ropa Taxi Venta de baleros de presión Asesoría legal Captadores de agua para reciclaje Comida Decoración de uñas Embobinado de motores Lonchería Mariachi Independiente Servicio de limpieza Servicios de logística Abarrotes Tienda de mascotas Venta de artículos usados</p>	<p>Ixtapa (Puerto Vallarta) Abarrotes Cenaduría Centro de reparación celular y de computación Centro odontológico Pollos asados Semillas y cereales (venta y cultivo) Venta de botas, botines y sombreros de piel Vidriería</p> <p>Lagos de Moreno Papelería Ropa para niños Tacos de guisado</p> <p>Las Juntas (Tlaquepaque) Abarrotes Autopartes eléctricas Refaccionaria Lonches y tacos Papelería Venta y reparación de celulares Vidriería Ocotlán Cambio de aceite y refacciones Cervecería Venta de joyería</p>	<p>San Miguel El Alto Abarrotes Cocina económica/rápida Papelería</p> <p>Tepatitlán Carnicería Venta de plantas Venta de semillas Perfumería</p> <p>Tlaquepaque Despacho de abogados Servicio dental Zapatos por catálogo</p> <p>Tonalá Artesanías (venta) Comidas Venta de dulces típicos Unión de San Antonio Estética Taller mecánico</p> <p>Zapopan Construcciones Fabricaciones y venta de cerámica Comida (tacos de carnisas) Copias</p>

Regalos y novedades Transportista general Ciudad Guzmán Abarrotes Agroveterinaria Botanería Carnicería Farmacia Foto estudio Paletería Papelería	Venta de bolis, paletas (nevería) Nieve garrafa Venta de bolsas Venta de menudo Venta de ropa/Zapatos/por catálogo	Puente Grande Comida/Birria de borrego y Chivo/Lonchería Lavandería Ventas de zapatos por catálogo Laboratorio Clínico Librería Maderería Puerto Vallarta Abarrotes Cosméticos y perfumes Paletería y nevería Regalos y novedades Venta artesanía Venta y accesorios para computación	Ferrería Frituras y dulces Lavandería Lonchería Productos derivados del petróleo para autos Repostería Salón de belleza Taller mecánico Técnico en electricidad Venta de pintura de todo tipo Venta de ropa Venta de tacos de barbacoa y consomé
---	--	--	---

Tabla 1. Emprendimientos en los municipios de Jalisco¹

1.2 Problema de investigación

Los programas educativos en el contexto internacional tienen que afrontar la problemática de preparar a los jóvenes con varios objetivos: (1) como ciudadanos capaces de funcionar en sociedades democráticas, (2) que logren formar parte de la población económicamente activa y (3) que su formación contribuya al desarrollo humano.

El emprendimiento es visto como una de las opciones para que los jóvenes logren incorporarse a las actividades económicas, como lo señala Varela (2002), en Ibáñez (2011): "Necesitamos gente que pueda actuar de manera independiente e innovadora, con capacidad de logro y preparación para asumir riesgos, de gente socialmente responsable, que cree nuevas fuentes de trabajo y de riqueza, que esté preparada para el cambio, que se adapte, determinada, que tome ventaja de nuevas oportunidades, interesada en aprendizaje continuo, en actualizarse y mejorar los procesos."²

¹ Rodríguez-Aceves, y otros. (2016) *Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Jalisco 2015: Contexto actual del ecosistema de emprendimiento*, p.110.

² Texto original: "We need people able to act independently in an innovative way, with achievement capability and readiness to take moderate risks. Socially responsible people who create new sources of jobs and wealth,

En las universidades del país los programas se han orientado en formar a las nuevas generaciones de profesionistas en actitudes de emprendimiento que favorezcan su inserción laboral y el desarrollo económico de las comunidades en las que estos se encuentran inmersos. Podemos observar que las instituciones de educación superior son conscientes de la importancia de su intervención y que han asumido un alto compromiso al respecto, como lo muestran los datos que la OCDE reportara ya desde el año 2010 (González, 2014, p.6): “Una tercera parte de las universidades tiene un centro de emprendedores o de iniciativa empresarial y una tercera parte tiene un profesor de emprendimiento. Los cursos en un 41% están asignados a un departamento académico o a una escuela de negocios en un 31%”.

En México, a los esfuerzos de las universidades y de la iniciativa privada por desarrollar emprendedores se une la participación del Estado, a través de la creación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) en el 2013. Este es un organismo que tiene como finalidad apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas puesto que es en ellas donde la participación de las universidades resulta de suma importancia.

Algunas de las universidades que han desarrollado investigaciones orientadas a la comprensión y el desarrollo del emprendimiento en nuestro país son: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Instituto Politécnico Nacional, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Anáhuac y el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Nuestro país ocupa el segundo lugar de emprendimiento en Latinoamérica, según se señala en el *Índice de Condiciones Sistemáticas para el Emprendimiento Dinámico* (Kantis, y otros, 2014). En el reporte se subraya que la distribución de las instituciones de educación superior mexicanas comprometidas con el desarrollo de programas de incubación de empresas está dividido: 204 instituciones son públicas y 124 instituciones son privadas, y como dato destacable, el 60% de éstas se localizan en la Ciudad de México, Estado de México, Jalisco y Nuevo León, siendo las entidades de mayor crecimiento económico del país.

ready to change and adapt, determined to define and take advantage of new opportunities and interested in continuous learning, coming up to date and the improvement process”.

En el mismo reporte del *Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico* se destacan las principales fortalezas que México presenta relacionadas con el emprendimiento, las cuales son las políticas y las regulaciones, las condiciones de la demanda y el capital social. Pero también se destacan las debilidades que nuestro país mantiene relativas a la cultura emprendedora, que se resumen en el capital humano del emprendedor, es decir, su nivel de conocimientos, así como la plataforma de ciencia y tecnología para la innovación. Y es justamente aquí donde la intervención de las universidades del país tiene su principal ámbito de aportación según Forbes.

Gallegos, Grandet, y Ramírez (en Arreola y Cardini, 2014) señalan que las incubadoras tienen entre sus problemas que los directivos, consultores y mentores carecen de experiencia empresarial, no tienen criterios claros de operación, no comparten el riesgo con emprendedores, y no mantienen vínculos relevantes con empresarios, lo cual dificulta el crecimiento económico del país.

Y por tanto estos problemas deben tomarse en consideración en el diseño y en la implementación de los programas que tienen como objetivo incidir positivamente en el desarrollo del emprendimiento en nuestro país, ya sean programas propuestos tanto o en coordinación por las instituciones educativas, el sector empresarial o por las instancias de promoción instituciones económica.

Las instituciones de educación básica y de media superior en el país se han dado a la tarea de abonar en favor del emprendimiento con el objetivo de fortalecer los esfuerzos que las instituciones de educación superior realizan en este sentido. Por ello, en los programas de bachillerato se ha asumido como una tarea importante despertar la conciencia emprendedora en los jóvenes, de manera tal que cuando accedan a la educación superior puedan centrarse en los temas propios del rol empresarial.

En el caso de la Universidad de Guadalajara, en el Sistema de Educación Media Superior (SEMS-UDG, 2011), cuenta con un plan y programa de estudios denominado Proyectos Emprendedores, el cual surge con la necesidad de ir capacitando a los jóvenes para la inserción laboral en los diferentes sectores productivos. La educación media superior

busca integrar en el alumno las competencias que le permitan aplicar el conocimiento adquirido durante su estancia en este nivel de estudios y le sean de utilidad a su egreso.

El Programa de Proyectos Emprendedores del SEMS se implementa en la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara con el objetivo de fomentar en los jóvenes (entre 16 y 18 años) la inquietud de llevar a cabo un plan de negocios formal y bien estructurado, mediante el cual oferten productos, bienes y servicios, iniciando con éste la gestación de un negocio emprendedor.

En este punto se destaca la vinculación establecida tanto local, nacional como internacionalmente del desarrollo económico y el emprendimiento con la necesidad de estudiar a profundidad las distintas aristas de dicho fenómeno. En el caso particular de las instituciones educativas mexicanas, como señalan tanto los informes del GEM, Forbes y el *Índice de Condiciones Sistemáticas para el Emprendimiento Dinámico*, les corresponde trabajar en el desarrollo del capital humano de los emprendedores.

Mientras las debilidades que se observan del emprendimiento, ya en los hechos, son las limitaciones en conocimientos, innovación e internacionalización de las empresas. Para que la intervención de las instituciones educativas sea óptima se requieren trabajos de investigación que ofrezcan a los distintos actores un contexto claro y preciso sobre la situación y los sujetos participantes en este proceso de formación.

En el caso del Programa de Proyectos Emprendedores del SEMS, y particularmente desde su implementación en la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara, es importante presentar un diagnóstico con una descripción clara sobre la incidencia que se tiene en la población estudiantil cuando se inicia el desarrollo de las competencias que favorecen el emprendimiento de un negocio.

Este diagnóstico podría beneficiar la articulación de este programa con su homólogo de educación superior, o en su caso, proveer de información que conlleve las modificaciones útiles para la comprensión del emprendimiento en los estudiantes de bachillerato y cristalice en la implementación del Programa de Proyectos Emprendedores contextualizada.

Por lo antes descrito, se propone realizar la presente investigación para establecer un diagnóstico sobre las actitudes de emprendimiento de los jóvenes que transitan por la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara durante el calendario 2017 B.

1.3 Justificación

Presentar un diagnóstico de las actitudes de emprendimiento en los jóvenes de bachillerato es de suma importancia debido a que el nivel de desarrollo alcanzado de esta actitud sitúa a los jóvenes egresados de educación media superior como empleados asalariados y de bajo rendimiento, como señala la Secretaria de Gobernación a través de la Secretaría de Educación Pública, al decir que solo 1.5% de los jóvenes ocupados de 19 a 20 años son empleadores. Además, esta misma instancia indica que en países como Estados Unidos, Alemania y Japón, la tasa de actividad emprendedora en jóvenes de 18 a 24 años es de alrededor del 12%, mientras que en México alcanza sólo el 6.2% (Secretaría de Educación Pública, 2015).

Al contar con una descripción del perfil de emprendimiento en los jóvenes de bachillerato se podrán diseñar programas que brinden a los jóvenes el apoyo y las herramientas que se requieren para incrementar sus probabilidades de éxito en su desarrollo económico.

Actualmente los estudiantes que cursan el último año de bachillerato enfrentan procesos que involucran cambios de diversa índole, tanto físicos como psicológicos, ya que comienzan a afrontar a una sociedad que les exige más, entre otras cosas, como la inserción a una vida laboral y profesional de la que se espera sean productivos y autosuficientes, pero obedeciendo a sus propios intereses e inquietudes.

De igual manera, poseen habilidades, acordes a su edad y a su nivel psicoevolutivo, que les permiten idear posibilidades de satisfacción económica tanto en sus necesidades básicas como de emprendimiento o de negocio, mismas que les generarán satisfactores a lo largo de su vida.

1.4 Pregunta de investigación

La pregunta de investigación es, **¿cuáles son las actitudes de emprendimiento de los jóvenes de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de la Universidad de Guadalajara**

según los factores de innovación, autoestima, control percibido interno, planificación y visión a futuro, y motivación de logro?

1.5 Objetivo

Identificar las actitudes de emprendimiento en los estudiantes de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara y sus módulos durante el calendario 2017 B según el modelo de Ibáñez.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

En este capítulo se describen los conceptos básicos que se han desarrollado a lo largo de la historia para comprender el emprendimiento. Aquí se presentan de manera sucinta las principales contribuciones de los teóricos que anteceden a la noción de emprendimiento implicada en el análisis factorial propuesto por Ibáñez. Este análisis factorial es el modelo teórico que ha permitido el diseño de la investigación, por lo que en este capítulo se precisan los elementos que lo componen. También se ha incluido un apartado sobre el emprendimiento en los jóvenes y el papel de las instituciones educativas. Esta información es relevante debido a que los jóvenes son la población objeto de esta investigación.

2.1 Emprendimiento

Comúnmente se considera que el emprendimiento es una manera de producir riqueza que trae consigo la generación de empleo y el ascenso en la escala social de quienes la crean. Por ello, aun con escasas expectativas de rentabilidad y en medio de un horizonte incierto, existen personas que se lanzan a emprender un negocio. Esta visión del emprendimiento también es compartida y fundamentada por los teóricos. Así, por ejemplo, Kirzner, en sus primeros trabajos de la década de los ochenta, consideraba que el emprendedor es un elemento positivo para el desenvolvimiento económico, pues este actor es capaz de reconocer las oportunidades de beneficio que no han sido explotadas aún, y con sus acciones corrige el despilfarro social de los recursos (Gutiérrez, 2012). También Campos (1997) tiene una visión positiva del emprendedor, al considerarlo como el motor de la creación de la riqueza, cuyas funciones son la generación de empleo, la innovación, el acceso a la riqueza y la asunción de riesgo, y es quien genera una dinámica de competencia que evita la concentración de las estructuras del mercado.

La noción de emprendimiento y la figura del emprendedor son tópicos con una larga historia en las teorías económicas, han sido retomados por varios economistas y sociólogos, sin que se tenga un concepto único, consensado y de aceptación universal, como ocurre con otras nociones implicadas en las teorías económicas y sociales.

Hay quienes prefieren no definir al emprendedor, como es el caso de Shapero y Sokol quienes se centran en la acción de emprender, así evitan dar una respuesta a cuestiones tales como si una persona que ha realizado una acción de emprender es o no un emprendedor. Los autores entienden la acción de emprender como el hecho de tomar la iniciativa, la consolidación de recursos, la gestión de la empresa, una relativa autonomía y la asunción de riesgo. Así, Naffziger ha optado por concentrarse en la descripción de la acción de emprender y no en el emprendedor, al considerar que hay muchos individuos que no tienen las características que los teóricos atribuyen al perfil del emprendedor y, sin embargo, estos sujetos han creado su propia empresa (Ibáñez, 2002).

Una de las observaciones teóricas más importantes sobre las nociones de emprendedor, es que no forman un todo coherente o resultan redundantes. Pues entre todas las características atribuidas al emprendedor algunas son excluyentes entre sí, mientras otras están claramente relacionadas, o incluso sucede que, dependiendo de la escala utilizada, se da mayor énfasis a ciertas cualidades y a otras se les pasa por alto.

Aunque las palabras “emprendimiento” y “emprendedor” forman parte ya del vocabulario corriente, su significación en el contexto teórico, como constructo definido para la comprensión del fenómeno del emprendimiento requiere aún de un trabajo exhaustivo. Dicho trabajo se encuentra fuera del alcance de esta investigación, por lo que, aquí se presenta una breve revisión histórica de las nociones de emprendimiento y emprendedor, y hago una elección teórica y metodológica del trabajo de Ibáñez (2002)³ porque logra eliminar redundancias y aporta claridad al reconocimiento de la actitud emprendedora.

2.1.1 Teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter: Innovación, destrucción creativa, empresario

A principios del siglo XX el economista Schumpeter introduce como motor del crecimiento económico y como concepto clave para la comprensión de la dinámica de los procesos económicos la redefinición del papel de la empresa y del empresario, al entender a este último como emprendedor, que asume riesgos e innova, ya sea con la introducción de nuevos productos, medios de producción y/o nuevas formas de organización.

³ En su tesis trata el tema de las actitudes emprendedoras partiendo de la figura del emprendedor (concepto, motivaciones y perfil) y explicando qué factores influyen en la vocación emprendedora y cuáles son los esquemas de actuación seguidos en dicho proceso. Asimismo analiza los resultados y conclusiones de un estudio empírico llevado a cabo con estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV), y se dan algunas propuestas de actuación para contribuir al desarrollo de los factores que componen la actitud emprendedora.

La teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter fue publicada en 1912, como alternativa a la teoría del equilibrio general de Walras; con ella se propone formular un sistema completo para analizar la economía, particularmente para el análisis del sistema económico capitalista. En su obra, Schumpeter se reconoce deudor de dos escuelas, la alemana y la austriaca. Por tanto, en la historia del pensamiento económico, el papel que desempeña su propuesta es principalmente un cambio de paradigma del modelo del equilibrio general (el cual estaba centrado en la búsqueda del equilibrio entre la oferta y la demanda donde la empresa se explica como un ente que aporta servicios o productos) al modelo dinámico y humanista de los procesos, en el cual el empresario y las corporaciones internacionales son fundamentales.

El paradigma propuesto por Schumpeter ha cobrado vigencia debido a los cambios que ha tenido la economía a finales del siglo XX y a principios del siglo XXI, producto de las revoluciones de la informática, de los productos y de los servicios; y por ello, se ha vuelto a la revisión de sus conceptos básicos (Girón, 2000, pp.1078-1079).

La *destrucción creativa* es un concepto a través del cual se puede recoger el tejido de la obra de Schumpeter, pues permite reconocer y dar sentido a la transición de ciclos económicos, ya que hace referencia al desplazamiento de las viejas tecnologías por la innovación. En los últimos decenios, se observa cómo el flujo de capitales a escala global ha sido producto de este tipo de desplazamiento.

Esta perspectiva dinámica responde a las condiciones materiales en las que se han producido las últimas crisis sucedidas en el siglo XX, donde la búsqueda del equilibrio general no aportó las soluciones requeridas, puesto que los procesos económicos se presentaron en un periodo ligado a la innovación y a los cambios financieros en un contexto global, en un paradigma sin fronteras, mediado por el tiempo y el espacio cibernético.

Lo anterior como un ejemplo de las relaciones de producción inestables y de su constante cambio. Y es este dinamismo una de las características de la nueva economía, en la que la innovación y la inestabilidad alcanza a las relaciones comerciales y financieras. La capacidad emprendedora del empresario y la destrucción creativa se conjugan en los

cambios de los procesos de producción y en la configuración de los mercados. Además, otro elemento que se suma a estos dos componentes y complementan el crecimiento económico, es el financiamiento del empresario a través del crédito, para la implementación y la ejecución de las innovaciones de bienes, servicios, procesos de producción o de organización (Girón, 2000).

2.1.2 Nociones de emprendimiento

En los últimos años, hablar de *emprendimiento* se ha utilizado más en el lenguaje común, ya que se promueven talleres, diplomados y se ofrecen apoyos a través de programas de capacitación o de financiamiento para *emprendedores* desde distintas instituciones, ya sea locales, estatales o federales.

Esta expectativa que relaciona el emprendimiento como una fuente de desarrollo económico surge a partir de su fundamento en los modelos económicos, por ejemplo, en la teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter, descrita en términos generales en el apartado anterior, e incluso en teóricos del siglo XVIII, como Cantillon.

En un principio la noción de emprendimiento es definida principalmente desde el punto de vista económico, pero también ha sido abordada desde las ciencias como la psicología, la sociología y la antropología; y retomada en el ámbito de la administración de empresas y de las políticas económicas y educativas a escala mundial.

En este apartado se recupera principalmente el enfoque económico a partir de los teóricos que más han influido en el tratamiento actual del tema del emprendimiento y se resumen sus principales aportaciones en la Tabla 2 que a continuación se presenta:

Tabla 2: Formación y transformación del concepto de emprendimiento

Año	Economista / Corriente	Definición	Contribuciones a la noción actual
1680-1734	Cantillon	Se trata de emprendimiento cuando el individuo asume riesgos en condiciones de incertidumbre. Aquí se presupone la racionalidad del hombre, quien tiene la capacidad de evaluar los riesgos de sus decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> • Asumir riesgos ante la toma de decisiones.
1776-1832	Say	Emprendedor es el agente de cambio que reúne y combina los medios de producción, los recursos naturales, humanos y financieros, para construir un ente productivo y encuentra el valor recibido de los productos, la recuperación del capital invertido, de los gastos que incurrió y de las utilidades que busca.	<ul style="list-style-type: none"> • Agente de cambio.
1842-1924	Marshall	El emprendedor es quien organiza creativamente el factor tierra, capital y trabajo; crea nuevos productos o bien mejora los planes existentes de producción.	<ul style="list-style-type: none"> • Organización creativa. • Crea nuevos productos.
1883-1950	Schumpeter	Concebía al emprendedor como una persona fuera de lo común, "extraordinaria" que promovía nuevas combinaciones, o nuevas innovaciones. Para Schumpeter, "la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción generando nuevos productos o servicios a través de la creatividad, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de nueva manera; o	<ul style="list-style-type: none"> • Innovador. • Creativo, nueva manera de presentar lo antiguo.

		proveer de una fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, entre otras”.	
1997	Amit	El emprendimiento o espíritu emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Innovador, flexible y dinámico.
1998	Timmons	Elementos fundamentales en el proceso de emprendimiento: la oportunidad, los recursos y la gente.	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliación del concepto como oportunidad.
2000	Burnett	Retoma el enfoque de Say, el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, quien moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.	<ul style="list-style-type: none"> • En este enfoque destaca el paso de un bajo rendimiento a un alto rendimiento de productividad.
2000	Gunning	Retoma a Ludwig Von Mises, y define al emprendedor a partir de tres características: Evaluador, calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. El emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías. Y el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.	<ul style="list-style-type: none"> • Las características se relacionan con los factores de la actitud de emprendimiento, innovación y asunción de riesgo.
2000	Stevenson	Establece una diferencia importante entre emprendedores exitosos y ejecutivos exitosos.	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar la confusión entre la cultura de emprendimiento

		Básicamente plantea que los emprendedores exitosos poseen una cultura emprendedora, mientras que los ejecutivos exitosos una cultura administrativa.	y la administrativa.
2008	Lina Marcela Arbeláez	Una manera de pensar, y actuar orientada hacia a la creación de capital social. Esa forma de pensar, razonar y actuar centrada en oportunidades, planteada como visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de capital social
2009	Rodríguez	El concepto de un emprendedor se caracteriza por dos tipos de individuos: el género arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocida por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener metas, y era reconocido por sus funciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Combinación de emprendedor y estrategias políticas
2010	Kawasaki	El emprendimiento es el resultado de una serie de factores que entran en acción, la pasión, la paciencia, la perseverancia y la prudencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Los cuatro factores están orientados hacia la obtención de logros constantes.

Fuente: Elaboración propia basada en la tabla diseñada por Ibáñez (2002, pp. 22-26), aunque la columna "Contribuciones a la noción actual" es un añadido de la autora, cuya función es destacar lo novedoso de cada definición y cómo han contribuido a la conformación de la noción actual de emprendimiento.

2.1.3 Tipos de emprendimiento

En la literatura encontramos varias clasificaciones sobre los emprendedores, en términos generales se basan en criterios tales como motivación o interés. En la Tabla 3, basada en el trabajo de Moriano (2005) y Hernández (2008), se presentan algunas de las clasificaciones más importantes.

Tabla 3. Tipos de emprendimiento

Moriano y Palací (2003)	Hernández (2008)	Amit (1993)	Lee y Chan (1998)	Cámara de Comercio (2003)	Pinchot(1985) Manuel (2006)
Por vocación	Basado en oportunidad Sector formal	Por atracción	Ambicioso	Público	Intraemprendedor
Por necesidad	Basado en necesidad Sector informal	Por empuje	Trabajador en red	Social	e-entrepreneur
			Trabajador duro	Privado	

Fuente: (Gámez, 2013, p.41).

Asimismo, el emprendimiento no es exclusivo del área económica o del sector empresarial. También se pueden encontrar perfiles orientados hacia ámbitos educativos, culturales, sociales, tecnológicos y científicos. El enfoque de esta investigación es exclusivo del emprendimiento empresarial vinculado con el crecimiento económico.

Tipos de emprendedores:

- Los emprendedores **por necesidad** son aquellas personas que fundan un negocio para mejorar su situación impulsados por la circunstancia.
- En la empresa privada, el emprendedor **por empuje** es aquella persona que por insatisfacción con su trabajo actual decide arrancar una empresa por gusto.
- El emprendedor **por atracción** es aquella persona fascinada con los negocios que arranca empresa por gusto.
- Los emprendedores **por vocación** son los individuos que tienen el impulso, la ilusión y el sueño de crear empresa.
- El emprendedor **ambicioso** es aquel que busca beneficios rápidos más no sustentabilidad.

- El emprendedor **público** es el que puede emerger en el sector estatal como un agente de cambio, quien en ambientes sociales fomenta la innovación institucional.
- El emprendedor **social** es el que pretende promover y sostener algunos valores; busca nuevas oportunidades, sigue procesos de innovación y tiene alto sentido de responsabilidad en el trabajo social (Gámez, 2013, p.40-42).

2.1.4 Definición de actitud

Antes de explorar la definición de actitud emprendedora, cabe observar en términos generales la dificultad que entraña la noción misma de *actitud*. Una de las definiciones que aportan mayor claridad sobre cómo ha de entenderse es a partir de la psicología social, en donde se la define como una tendencia a evaluar una entidad cualquiera con algún grado de aceptación o de rechazo, o como una predisposición favorable o desfavorable.

Dicha tendencia o predisposición incluye varios componentes a saber, afectivo, cognoscitivo y conductual (Caldera, 2015, p.112). A este concepto de la actitud se le denomina *concepción tripartita*. Los tres componentes son definidos de la siguiente manera:

- Cognitivo: Este componente el sistema de creencias del sujeto en relación con el objeto de la actitud.
- Afectivo: Este componente está constituido por los sentimientos y las emociones que se asocian al objeto de la actitud.
- Conductual: Este componente está conformado por las intenciones o disposiciones llamadas a la acción que se dirigen al objeto de la actitud.

Por ejemplo, la actitud favorable de un sujeto “A” hacia el emprendimiento estaría dado por el sistema de creencias que ha interiorizado y asimilado. En su sistema de creencia considera que es verdadero que quien es dueño de su propio negocio es más exitoso que quien es empleado, etcétera. Pero además para el sujeto “A”, el emprendimiento le evoca la seguridad del seno familiar y la aceptación de los amigos, la alegría del éxito, en otras. Por lo que el sujeto “A” está dispuesto a realizar acciones orientadas hacia la ejecución de una determinada empresa o proyecto.

2.1.5 Actitud emprendedora

Tabla 4. Características del emprendimiento

Año	Autor	Descripción
1977	Kets de Vries	El emprendedor, realiza un sinfín de funciones que son destacadas por la innovación, gestión- coordinación y asunción de riesgo.
1978	Morse	Identificaba características del emprendedor señalando a las más importantes en el personal de dirección como: perseverancia, espíritu emprendedor, resistencia a la tensión nerviosa, dedicación a las cosas que se proponen lograr, falta de estructuración, dinamismo, sensibilidad y capacidad de percepción, respeto de las personas y del medio ambiente, buena comunicación, resultando de mucho refuerzo la retroalimentación definiendo como emprendedor a un hacedor.
1984	Albach	Hace mención a Schumpeter quien entiende al emprendedor como un revolucionario de negocios, es quien transforma las reglas, y creyó necesario entrar en acción y así obtener un trabajo creativo.
1987	Hawkins y Turla	Hablan acerca de independencia, creatividad, estímulo y deseo, predisposición a asumir riesgos, confianza.
1988	Keneth	Describe una actitud predispuesta a asumir riesgos y positiva hacia un cambio económico y además social, obteniendo un rol de líder además una autoestima entendida como el hecho de estar contento con uno mismo.
1988	Gibb	Se refiere a características como iniciativa, grandes poderes de persuasión aceptación de riesgos, flexibilidad, creatividad, necesidad de logro, control percibido interno.
1994	Christensen	Hace su recopilación de características de los cuales destaca determinación y energía autoconfianza sentimiento sobre el dinero, asunción de riesgos moderados.

Fuente: Ibáñez (2002, p.42).

En esta investigación la definición de la actitud de emprendimiento se define a partir de los cinco factores, y está basada principalmente en el trabajo que Ibáñez publicó en el 2002, en el que ella hace una actualización de las subescalas de Robinson. Éstas estaban compuestas de la siguiente manera: necesidad de logro (23 ítems), innovación (26 ítems), control percibido (12 ítems) y autoestima (14 ítems), y tres componentes:

afecto (24 ítems), conducta (27 ítems) y cognitivo (24 ítems), Ibáñez Romero (2002, p. 145).

Por ello, el instrumento que se emplea en el desarrollo de esta investigación consta de 28 ítems, y esta elección se justifica por las siguientes razones: la primera razón es teórica, puesto que en el trabajo de Ibáñez se recopilan los datos que la subescala y los componentes de Robinson recogen, pero lo hace de manera más eficiente. La segunda razón es práctica, ya que una encuesta con demasiados ítems propicia la dispersión y la desconcentración de los jóvenes, por lo que se entorpecerían los resultados.

Aunque en la sección de metodología se presentan todos los ítems del instrumento relacionados con los cinco factores que se definen en esta sección, se introduce la siguiente tabla de equivalencias entre el planteamiento de Robinson y el de Ibáñez a manera de ilustrar cómo Ibáñez presenta una selección de ítems más eficiente.

Tabla 5. Equivalencias de ítems de Robinson e Ibáñez

Ítem	Factor y/o componente de Robinson	Factor de Ibáñez
Siempre he trabajado duro para estar en los primeros.	Control-conducta	Motivación de logro
Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.	Motivación de logro	Motivación de logro
Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado.	Autoestima	Motivación de logro
Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios.	Autoestima	Autoestima
Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo.	Control- Afecto	Motivación de logro
Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios.	Autoestima	Autoestima
Realizo cada trabajo tan	Control	Motivación de logro

exhaustivamente como sea posible.		
No estoy seguro(a) de mis propias ideas y capacidades.	Autoestima	Autoestima
Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo.	Autoestima	Autoestima
Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades.	Innovación-Cognitiva	Planificación
Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales.	Control	Planificación
Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema.	Innovación	Planificación

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Los cinco factores de Ibáñez (2002) que integran las actitudes de emprendimiento

2.2.1 Nociones de control percibido

Año	Autor	Descripción
1966	Rotter	Afirma que los emprendedores poseen una arraigada creencia de que pueden controlar el resultado de sus conductas porque carecen de azar.
1982	Gilad	Control Percibido Interno o <i>Locus Control Interno</i> se relaciona con el estado de alerta, descubrimiento de oportunidades y escrutinio de su entorno que realizan los emprendedores para encontrar información necesaria para aprovechar de forma óptima sus oportunidades.
2000	Ayerbe &	El control percibido interno o bien el <i>locus of control</i> es el

	Buenetxea	elemento que muestra el lugar donde la persona sitúa el control de su vida. El control percibido es interno si la persona cree que los resultados que obtiene en su vida son debidos a sí mismo. En cambio, una persona con control percibido externo creerá que su actuación no va a influir en los resultados que obtenga. Basará la explicación de los acontecimientos en la suerte, el azar, la influencia de otras personas o grupos sociales de poder.
2004	Blackaman	Indica que el emprendedor tendrá más posibilidades de éxito si posee un elevado locus de control interno y responsabilidad ya que auscultará con detalle el plan de negocios y sabe que el control está en sus manos y no depende del entorno.
2007	Casique & López	El concepto de locus de control es el grado con que la persona cree controlar los eventos y acontecimientos de la vida cotidiana, es decir, es una creencia articulada con predecir y estructurar el mundo que lo rodea.

Tabla 6. Fuente: La elaboración de la tabla se basó en Ibáñez (2002)

2.2.2 Nociones de innovación

Año	Autor	Descripción
1944	Shumpeter	Define al emprendedor como quien debe salir de la actividad cotidiana. La concepción que mayor influencia ha tenido sobre la Teoría de la Innovación es la de Joseph Shumpeter, fundador de la <i>Teoría del Desarrollo Económico</i>
1986	Peter Drucker	El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad.
2005	Mata	Las innovaciones son catalizadores para el desarrollo, al permitir a los individuos aumentar sus capacidades y oportunidades.
2009	Vesga	La innovación según Vesga es el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones. Este proceso debe llevar a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor en los individuos, es decir, a una actitud hacia el trabajo que se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos

		humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas”.
2011	Robbins & Judge	La innovación es una nueva idea que se aplica para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio.

Tabla 7. Fuente: La elaboración de la tabla se basó en Ibáñez (2002)

2.2.3 Nociones de asunción de riesgo

Año	Autor	Descripción
2003	McCarthy	La propensión al riesgo es una competencia inevitable en los emprendedores y está ligada a la personalidad que posean.
2007	Espíritu y Sastre	Una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor.

Tabla 8. Fuente: La elaboración de la tabla se basó en Ibáñez (2002)

2.2.4 Nociones de autoestima

Año	Autor	Descripción
1993	Branden	La autoestima, se puede explicar cómo la evaluación que se hace de sí mismo. Es la confianza en la propia capacidad para pensar y afrontar los desafíos que surgen todos los días. La autoestima positiva hace que las personas busquen objetivos exigentes que la estimulen y, al lograrlos, su autoestima aumenta aún más.
2003	Harvey y Keashly	La autoestima actúa como un moderador frente a los factores de riesgo del trabajo, razón por la cual es tan importante que el emprendedor posea una alta autoestima, capaz de resguardar la armonía y la dignidad en condiciones de estrés.

Tabla 9. Fuente: La elaboración de la tabla se basó en Ibáñez (2002)

2.2.5 Nociones de necesidad de logro

Año	Autor	Descripción
1971	McClelland	La motivación de logro es una necesidad recurrente de alcanzar éxitos, no en comparación con otros, sino consigo mismo, como un reto de sus propias capacidades
2000	Begley	Los individuos con una alta necesidad de logro tienen una propensión al riesgo moderada; por tanto, parece que la necesidad de logro afecta a la percepción del riesgo y el emprendedor asume riesgos en forma calculada.
2008	Espíritu y Sastre	La motivación de logro McClelland (1971) la describe como un impulso comportamental que conlleva al individuo a seleccionar e insistir en tareas que impliquen un nivel superior y que pueda compararse consigo mismo al realizar actividades retadoras que requiera sus competencias para llegar a un éxito indiscutible.

Tabla 10. Fuente: La elaboración de la tabla se basó en Ibáñez (2002)

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque y diseño de la investigación

Este trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo del tipo descriptivo. Pues como se ha mencionado en el apartado correspondiente a los objetivos, lo que se buscó fue dar una primera descripción de las actitudes de emprendimiento de la población estudiantil de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara.

3.2 Participantes

La muestra estuvo integrada por 899 alumnos de bachillerato del calendario 2017 B de la Escuela Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos y sus módulos. El muestreo fue no probabilístico por voluntarios. La distribución de los participantes de la sede y sus módulos quedó de la siguiente manera:

Sede y módulos	Número de estudiantes inscritos
Preparatoria Regional de Tepatitlán	2400
Acatic	582
Cañadas de Obregón	107
Valle de Guadalupe	122
Yahualica de González Gallo	213

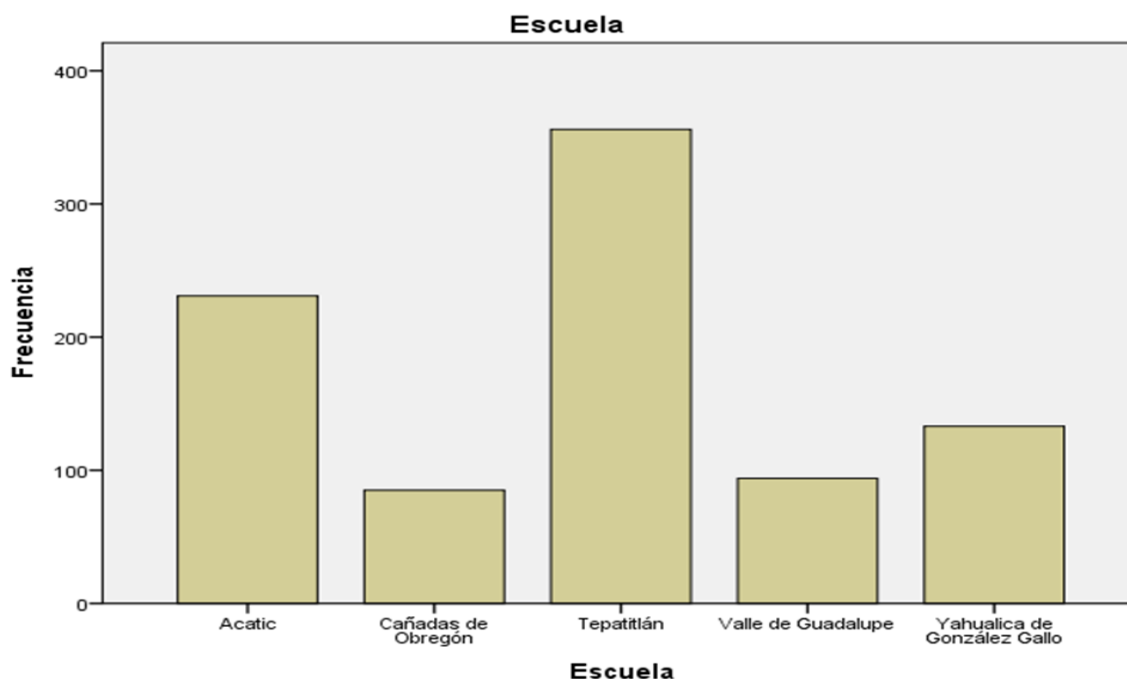
Fuente: *Elaboración propia.*

El cálculo de la muestra se realizó a partir de las ecuaciones:

$$N_0 = \frac{Z^2 \times Pq}{e^2} \text{ y } N^1 = \frac{N_0}{1 + \frac{N_0 - 1}{N}}$$

y la proporción esperada es .5, estos valores se retoman de la investigación sobre emprendimiento de Sánchez, Hernández y Jiménez (2016), por lo que $P=.5$ y $q=.5$, y de error máximo admisible es del 5%, así $e=.05$. El tamaño de la muestra no ajustado es 384, y se hizo un ajuste según la población total de cada una de las escuelas. A partir de esto se estableció que el total requerido de la muestra era de 874 alumnos.

Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia.

Escuela				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Acatic	231	25.7	25.7	25.7
Cañadas de Obregón	85	9.5	9.5	35.2
Tepatlán	356	39.6	39.6	74.7
Valle de Guadalupe	94	10.5	10.5	85.2
Yahuallca de González Gallo	133	14.8	14.8	100.0
Total	899	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia.

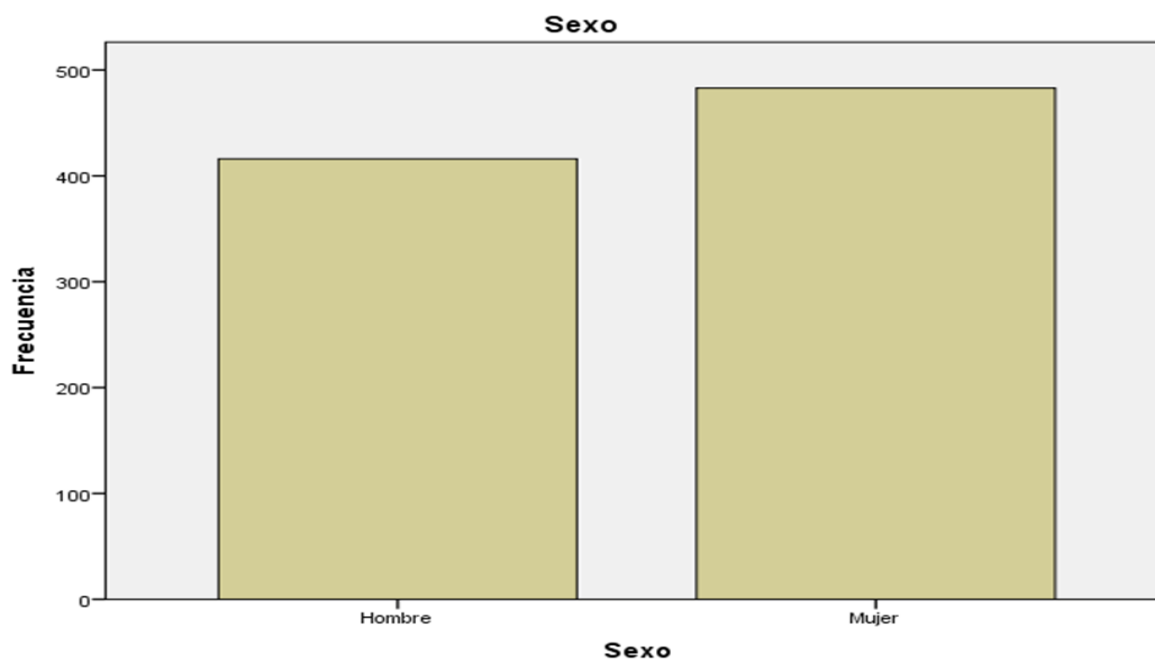
El 46.3% de los participantes fueron hombres, esta proporción es semejante a la que tiene la población estudiantil de los planteles, pues en ellos se observa un número ligeramente mayor de mujeres que de hombres. La edad promedio de los estudiantes encuestados fue de 16 años 11 meses.

La distribución del promedio de las edades por escuela muestra que la población más joven se encuentra en el módulo de Yahualica y la población con mayor edad se encuentra en la sede.

Edad * Escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	16.20	1.156
Cañadas de Obregón	85	16.27	1.084
Tepatitlán	356	16.42	1.159
Valle de Guadalupe	94	15.98	1.097
Yahualica de González Gallo	133	15.82	1.058
Total	899	16.21	1.148

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia.

En la distribución de hombres y mujeres por escuelas se observa que en todos los módulos excepto el de Valle de Guadalupe, la mayoría de los encuestados fueron mujeres.

Sexo * Escuela						
	Acatic	Cañadas de Obregón	Tepatitlán	Valle de Guadalupe	Yahualica de González Gallo	
Hombre	105	37	163	52	59	416
Mujer	126	48	193	42	74	483
Total	231	85	356	94	133	899

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Instrumento

El instrumento consta de tres partes: datos de identificación, perfil sociodemográfico y perfil de emprendimiento. Los ítems de la tercera parte del instrumento son los propuestos por Ibáñez (2002), los cuales han sido formulados según el concepto de actitud emprendedora que se ha explicado en el marco teórico conceptual de este trabajo, y se explican a partir de cinco factores: *control percibido*, *innovación*, *planificación* y *visión de futuro*, *autoestima* y *motivación de logro*. En esta sección del instrumento se incorporan 28 ítems de Ibáñez, debido a que en su conjunto han sido validados según el coeficiente *alfa de Cronbach*, por lo que tienen un grado de consistencia y fiabilidad adecuado para realizar la medición de la actitud de emprendimiento a partir de los cinco factores antes mencionados y que conforman el análisis factorial de la escala definitiva de Ibáñez para medir esta actitud y se presentan en la Tabla 6.

3.3.1 Constructos

Tabla 11. Factores e ítems según Ibáñez

Variables	Definición	Ítems
Primer factor: Control percibido Interno	Valor al trabajo y el esfuerzo	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros. • Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como me es posible. • Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo. • Dedico una considerable suma

<p>Segundo factor: Innovación</p>	<p>Realización de nuevas combinaciones que permiten salirse de lo acostumbrado</p>	<p>de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido funcionen mejor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando algo me va a afectar aprendo todo lo que puedo sobre ello. • Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en que estoy implicado. • Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales. • Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio. • A menudo llevo a cabo tareas de una forma original. • Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas. • Normalmente busco compañeros de trabajo que les entusiasme la exploración de nuevas formas de hacer las cosas. • Me divierto más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles.
<p>Tercer factor: Planificación y visión de futuro</p>	<p>Percepción subjetiva del propio control sobre los resultados futuros</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales. • Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades. • Pienso pasar una considerable parte de mi tiempo analizando las necesidades futuras de mi negocio antes de asignar cualquier recurso. • Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes. • Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se

<p>Cuarto factor: Autoestima</p>	<p>Proceso de autoevaluación según sus criterios y valores personales</p>	<p>dieron por buenas al plantearse dicho problema.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Me siento cohibido cuando estoy con personas de mucho éxito en los negocios. • No estoy seguro (a) de mis propias ideas y capacidades. • Me siento inferior a la mayor parte de las personas con las que trabajo. • Creo que la gente con éxito se manejará mejor que yo en reuniones de negocios. • Me desanimo cuando hago algo que necesita mucho tiempo para obtener resultados. • Nunca permanezco durante mucho tiempo en un trabajo difícil.
<p>Quinto factor: Motivación de logro</p>	<p>Asunción de tareas retadoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Me enorgullezco cuando hago un buen trabajo en mis actividades habituales. • Me enorgullezco de los resultados que he logrado en mis actividades. • Me siento satisfecho cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor. • Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo. • Me siento resentido cuando soy mangoneado en mi trabajo.

Fuente: Ibáñez (2002) pp.167 y 168

3.4 Procedimiento

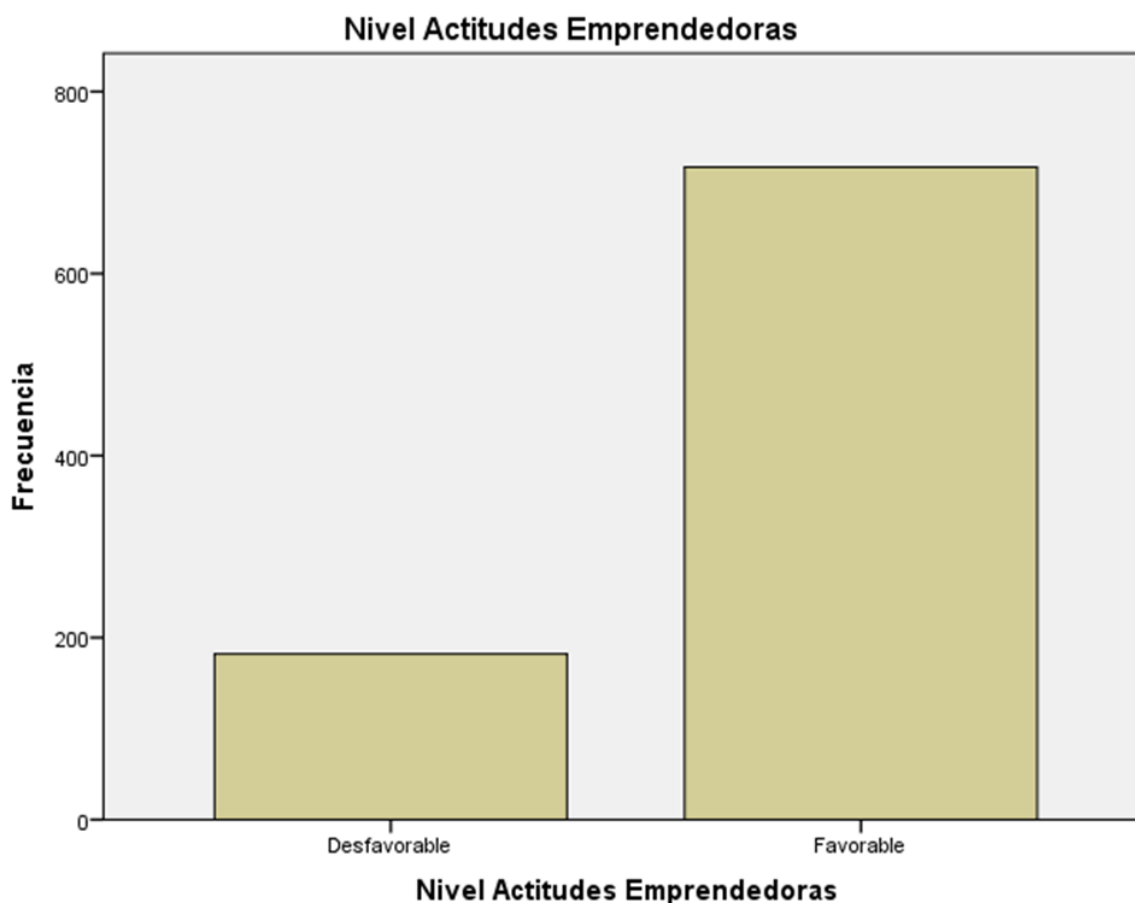
- La primera fase de la investigación fue del tipo documental. En esta etapa se logró una descripción del contexto local, nacional e internacional en el que ocurre el emprendimiento juvenil. También se decidió el marco conceptual que se emplearía en la comprensión de la actitud de emprendimiento; aquí se estableció que se retomarían los cinco factores de Ibáñez y su instrumento.

- En la segunda fase se adaptaron los ítems de Ibáñez para su aplicación a la población estudiantil. Los cambios que hicieron fueron de forma y no de fondo. Pues al hacer las modificaciones se buscaba que los encuestados comprendieran adecuadamente el sentido de las preguntas.
- En la tercera fase se implementó el cuestionario en la plataforma de *Google Docs* para su aplicación como encuesta. En esta fase también se hizo una prueba piloto con 25 alumnos de la sede de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara. A partir de esta prueba se hicieron algunas correcciones de forma a algunos ítems.
- La cuarta fase consistió en la realización de la encuesta a los participantes.
- En la última fase se aplicó el análisis de los datos con el software estadístico SPSS y se realizó la interpretación específica.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

El análisis de los datos de la encuesta con el software SPSS tuvo como resultados los estadísticos descriptivos que se presentan en esta sección a través de gráficas de frecuencia y de tablas.

Gráfica 3.



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 3 se observa a simple vista que, en términos generales, la tendencia de la actitud de emprendimiento de los encuestados es favorable. Pues la mayoría de ellos puntúa dentro del rango (98,140) cuando el puntaje mínimo es 25 y el máximo 140 al considerar la suma de los ítems de los cinco factores que fueron evaluados.

Promedios y desviación estándar de la escala de actitudes hacia el emprendimiento			
Total y Dimensiones	Número de Alumnos	Media	Desviación Estándar
Planificación	899	19.71	3.753
Innovación	899	22.97	4.518
Autoestima	899	19.98	4.556
Control percibido interno	899	23.76	4.450
Motivación de logro	899	20.58	3.803
Puntuación general de actitud de emprendimiento	899	107.00	16.497

Fuente: Elaboración propia.

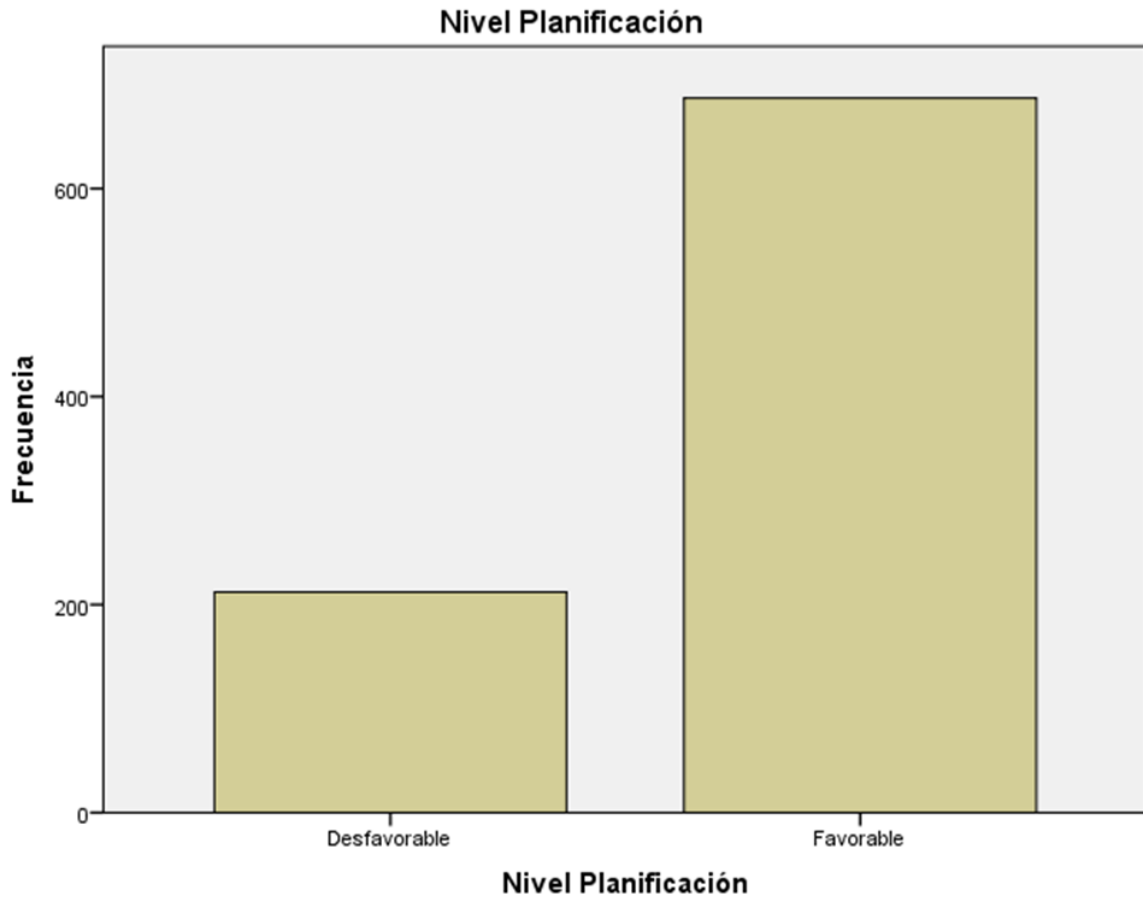
Los puntajes mínimos y máximos de los factores fueron: rango (5-25) planificación, (5-30) innovación, (5-30) autoestima, control percibido (5-30) y motivación de logro (5-25). Se establece que la actitud tiende a ser favorable cuando el valor se aleja 12.5 para los factores, planificación y motivación de logro. Para considerar los resultados favorables se estableció cinco puntos arriba, es decir, 17.5. Para los factores innovación, autoestima y control percibido interno, la actitud tiende a ser favorable a partir de 15 puntos, y se considera favorable a los 20.

En la tabla anterior se observa que los promedios de los factores de planificación y de autoestima se encuentran por debajo de los veinte puntos por lo cual podría pensarse que la planificación es el factor más débil en la población estudiada. Pero si se toma encuentra el dato de los rangos por factor, nos podemos dar cuenta que el promedio de la autoestima está 10.02 debajo de la cota máxima, mientras que la planificación la diferencia es de 5.29.

Por tales resultados resalta que inclusive en el análisis del promedio por factor, los estudiantes requieren desarrollar el factor de la autoestima. Y a esto se suma que la desviación estándar más alta también lo tiene el factor autoestima.

En las gráficas de frecuencia 4 a 8 se observa que los encuestados mostraron una tendencia visiblemente favorable en relación con los factores de planificación, innovación, control percibido interno y motivación de logro. Esta tendencia difiere con el resultado de la moda correspondiente al factor autoestima, pues en el caso de esta variable el valor que más se repitió fue el desfavorable.

Gráfica 4.



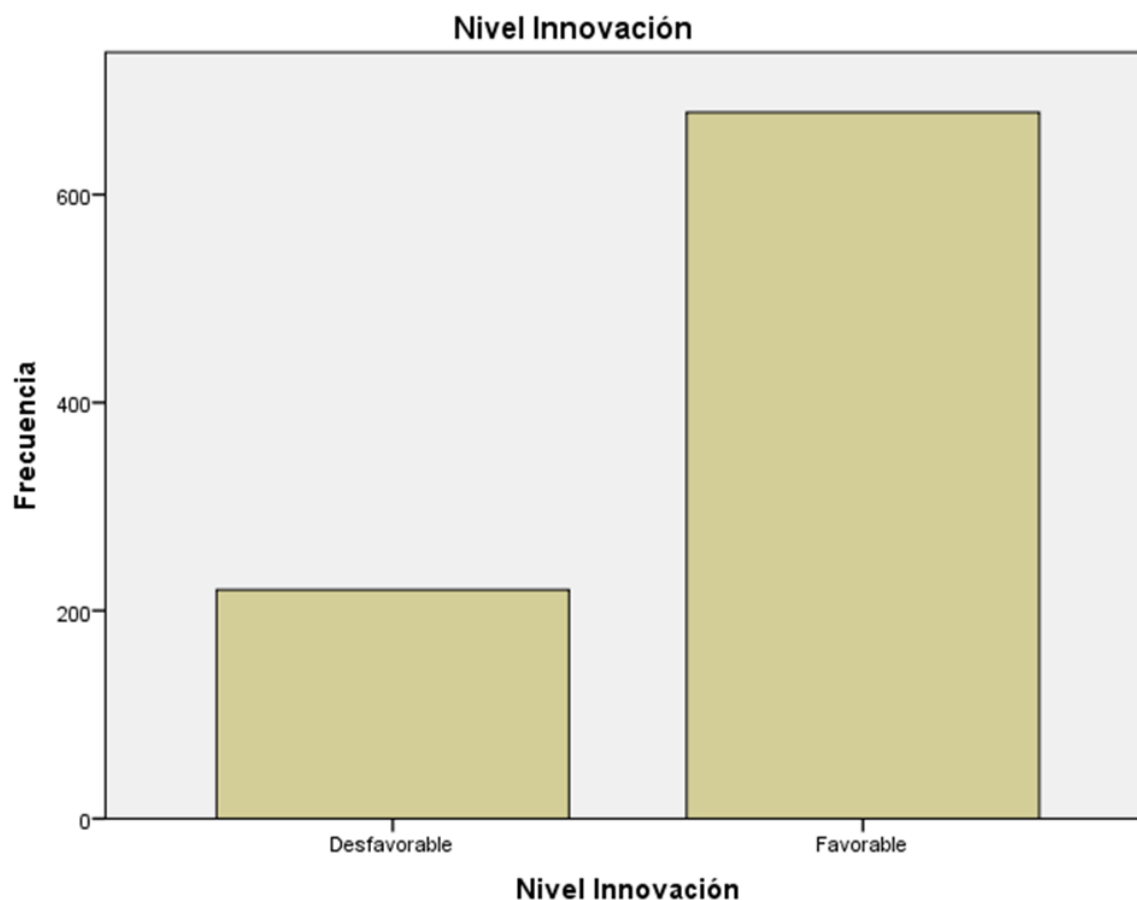
Fuente: Elaboración propia.

Promedio de Planificación por escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	19.18	4.268
Cañadas de Obregón	85	19.29	4.117
Tepatitlán	356	20.40	3.058
Valle de Guadalupe	94	19.23	3.881
Yahualica de González Gallo	133	19.36	3.918
Total	899	19.71	3.753

Fuente: Elaboración propia.

Al hacer el análisis de los promedios por escuelas se observa que en la sede los alumnos muestran un promedio más alto en relación con los módulos y la desviación estándar la más baja en la escuela de Tepatitlán.

Gráfica 5.



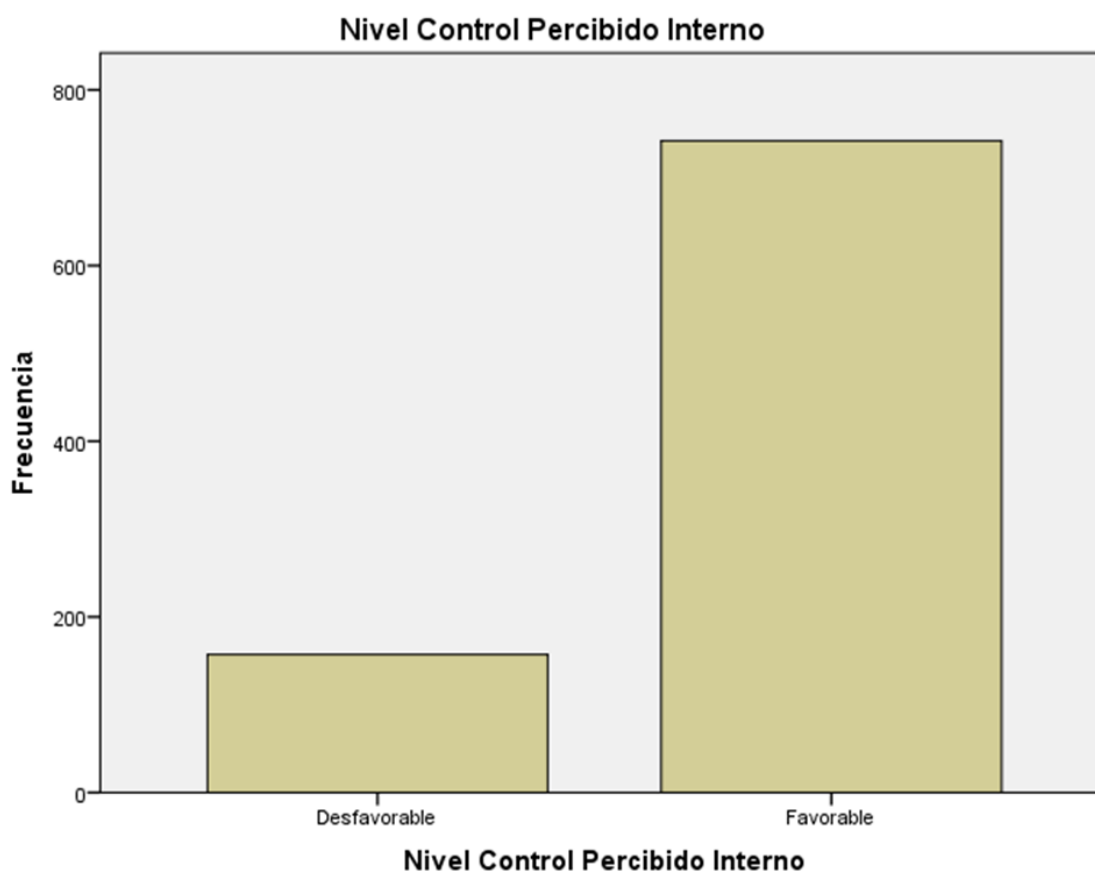
Fuente: Elaboración propia.

Promedio de Innovación por escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	22.89	4.959
Cañadas de Obregón	85	22.65	4.983
Tepatitlán	356	23.37	3.931
Valle de Guadalupe	94	21.38	4.245
Yahualica de González Gallo	133	23.35	4.849
Total	899	22.97	4.518

Fuente: Elaboración propia.

En el factor innovación nuevamente se observa en el análisis por escuela, la que tiene el promedio más alto y la desviación estándar es la de Tepatitlán.

Gráfica 6.



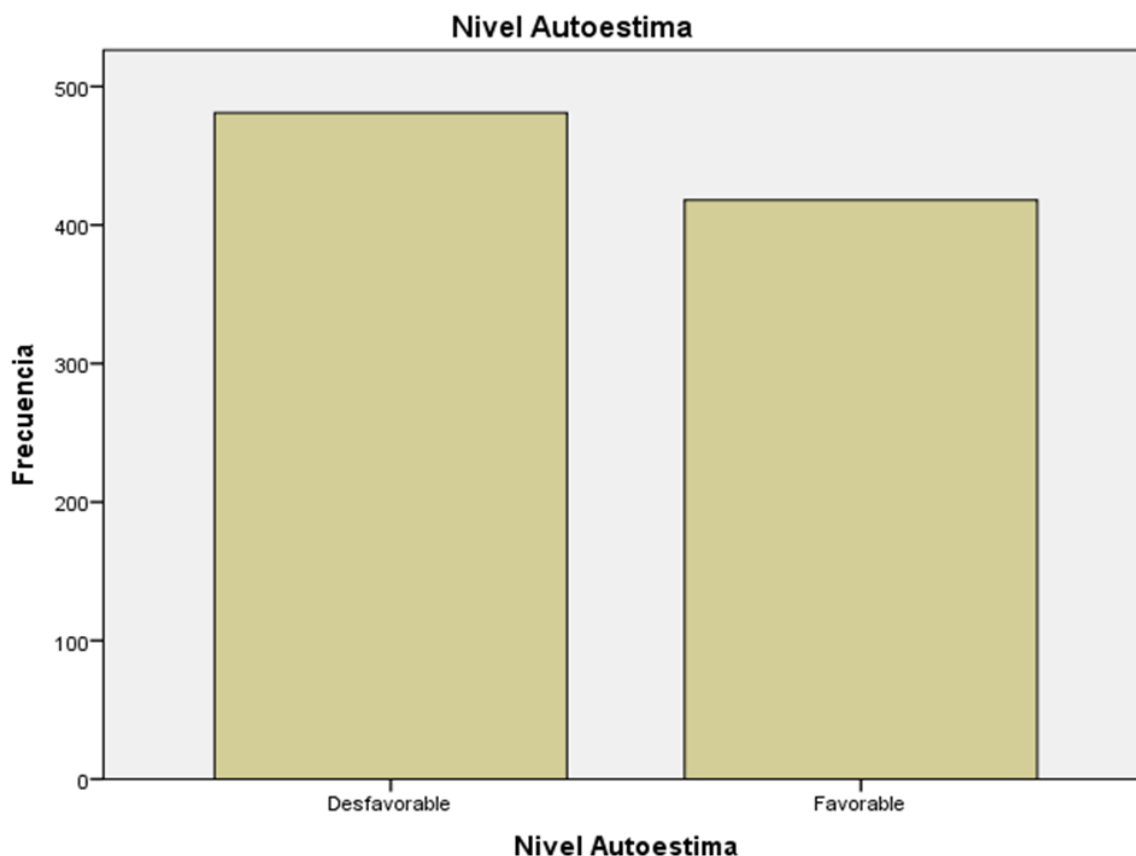
Fuente: Elaboración propia.

Promedio de Control percibido interno por escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	23.59	4.982
Cañadas de Obregón	85	23.11	5.171
Tepatitlán	356	24.28	3.647
Valle de Guadalupe	94	22.27	4.463
Yahualica de González Gallo	133	24.15	4.675
Total	899	23.76	4.450

Fuente: Elaboración propia.

En este factor de emprendimiento la escuela de Tepatitlán presenta el promedio más alto y la menor desviación estándar.

Gráfica 7.



Fuente: Elaboración propia.

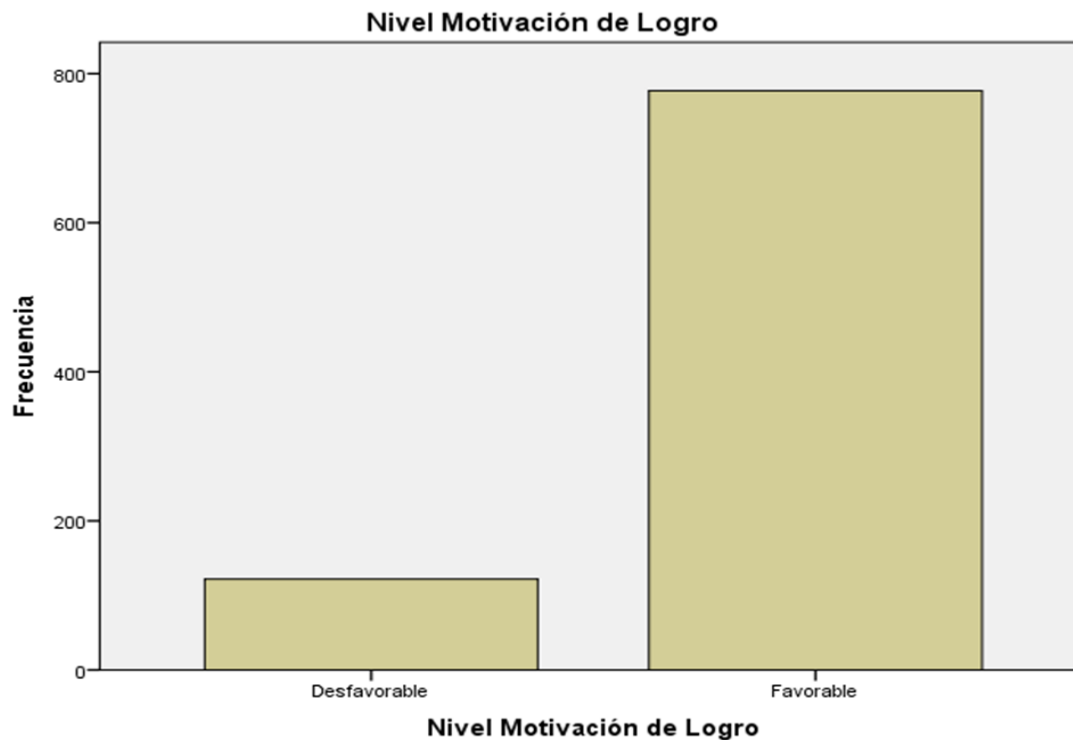
En la gráfica 7 se presentan los promedios por escuela, y en ella se observa que en el factor autoestima el módulo de Valle de Guadalupe tiene el promedio más bajo y Yahualica de González Gallo tiene el promedio más alto. En el caso de la sede, ésta tiene la desviación estándar más alta. Este dato es importante destacarlo porque nos permite discriminar y hacer un análisis fino para diseñar de manera adecuada un programa de intervención.

Promedio de Autoestima por escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	19.82	4.448

Cañadas de Obregón	85	19.65	4.623
Tepatitlán	356	20.17	4.630
Valle de Guadalupe	94	19.14	4.362
Yahualica de González Gallo	133	20.54	4.587
Total	899	19.98	4.556

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 8.



Fuente: Elaboración propia.

Promedio de Motivación de logro por escuela			
Escuela	Número de alumnos	Media	Desviación Estándar
Acatic	231	20.05	4.455
Cañadas de Obregón	85	20.39	4.397
Tepatitlán	356	21.24	2.885
Valle de Guadalupe	94	19.59	3.702
Yahualica de González Gallo	133	20.52	4.126
Total	899	20.05	4.455

Fuente: Elaboración propia.

En este factor que compone la actitud de emprendimiento la escuela de Tepatitlán presenta el promedio más alto y la menor desviación estándar.

En general, el comparativo por escuelas arroja como resultado que los estudiantes de la sede presentan al promedio más alto y desviación estándar más baja en los factores que componen la actitud de emprendimiento, con excepción de la autoestima. En este último factor, los estudiantes de Yahualica mantienen un promedio más alto.

4.1 Contexto familiar

Como se señaló anteriormente, los encuestados muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento. No obstante, para quien desarrolla esta investigación es importante reconocer cómo ha sido el contexto económico familiar en el cual el estudiantado se desenvuelve.

Por esta causa se recabó la información tratando de identificar la situación del entorno social y sus posibilidades de negocios, con el fin de visualizar el contexto donde están inmersos dichos jóvenes.

En este ámbito se encontraron algunos datos, por ejemplo, el 64.5% del estudiantado, combina sus estudios con una actividad laboral; de estos jóvenes, el 57.8% de ellos, su trabajo lo realiza en el negocio familiar.

Además, el 60.4% de los 899 encuestados cuenta con al menos un familiar que ha iniciado su propia empresa y el 79.5% de ellos afirma que se siente motivado para emprender su propio negocio al considerar la experiencia del familiar mencionado.

Estos resultados son observables en las gráficas 9 y 10 que a continuación se presentan:

Gráfica 9.



Gráfica 10.



Fuente: Elaboración propia.

4.2 Discusión

En términos generales, a partir de los resultados presentados, se traduce que los alumnos de la Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos de la Universidad de Guadalajara muestran actitudes favorables hacia el emprendimiento. Las variables en las que los alumnos manifiestan mayor solidez son: planeación, innovación, control percibido y motivación de logro.

En estos factores, entre el 80 y 90 por ciento de los encuestados, manifestaron una percepción favorable alta. Lo que contrasta con los resultados obtenidos en la variable autoestima, pues en este factor solo el 46.49 por ciento de los encuestados manifestó una percepción favorable.

Este dato se destaca debido a que una de las tareas que tienen los programas de formación de jóvenes, es la de trabajar en el desarrollo de una autoestima saludable que les permita alcanzar un desarrollo integral. Esto nos recuerda las características que los jóvenes mantienen en relación con la edad y la etapa de desarrollo en la que se encuentran.

Al analizar los datos y compararlos por escuelas (sede y sus módulos) encontramos que en los alumnos de la sede alcanzan los puntajes más altos en *planeación, innovación, control percibido interno* y *motivación de logro*. Este mismo grupo de estudiantes en relación con el factor *autoestima* se encuentran en la segunda posición de mayor a menor tendencia favorable, quedando por debajo de Yahualica.

A continuación, en la tabla 7 puede observarse cómo resalta que las puntuaciones más bajas por factores las obtuvo el módulo de Valle de Guadalupe. Para la institución educativa éste es un dato que requiere un análisis más detallado para iniciar un proceso de intervención que beneficie a la población estudiantil y a las localidades donde residen.

Tabla 12. Comparación de factores por escuelas

Factores	Planificación	Innovación	Control percibido interno	Autoestima	Motivación de logro
Puntuación Alta	Tepa (sede)	Tepa sede)	Tepa (sede)	Yahualica	Tepa (sede)
Puntuación Baja	Acatic	Valle de Guadalupe	Cañadas de Obregón	Valle de Guadalupe	Valle de Guadalupe

Fuente: Elaboración propia.

Al compartir los resultados con la institución se ha entregado un primer diagnóstico que permitirá buscar trabajar en conjunto con los módulos para identificar aquellos factores que podrían estar influyendo de manera negativa en la población estudiantil y que se observan a algunos módulos en cierta desventaja. Sin embargo, esta tarea ya corresponde para una futura investigación que continúe el trabajo aquí comenzado.

CONCLUSIÓN

A lo largo de las distintas etapas que se realizaron en esta investigación y mediante el desarrollo del presente escrito se ha llegado a deducir que el fenómeno del emprendimiento es un área de estudio que ha cobrado suma importancia en las dos primeras décadas que transcurren del siglo XX.

Esta situación se deriva de varias situaciones, una de ellas está configurada por el mercado laboral y la dinámica del desarrollo económico en la aldea global, en el cual la precariedad del empleo es un problema generalizado y que en Latinoamérica particularmente muestra una de sus caras más agudas.

En los albores de este siglo XXI, se observa cómo la inteligencia artificial empieza a implementarse en los procesos de las diversas industrias y hemos pasado del problema de la distribución de la riqueza al de la distribución del empleo. Por lo que los programas educativos tratan de adecuarse a la demanda del mercado laboral, y a decir de esta última, dicha adecuación del *currículum* se ha quedado bastante rezagada.

A su vez, se ha hecho hincapié que el grupo poblacional que más se ha visto afectado por la precariedad del empleo han sido los jóvenes, quienes difícilmente logran un primer empleo estable y con perspectivas de crecimiento. De este debate surge una pregunta acuciante y es cómo hacer para que este grupo poblacional logre una inserción exitosa en el mercado laboral.

Una de las respuestas a esta problemática, es el desarrollo de la presente investigación, que en un primer momento trató de esbozar o presentar un diagnóstico sobre las actitudes de emprendimiento del estudiantado del nivel medio superior, con la meta a futuro de lograr en un segundo momento, proponer nuevas metodologías para incentivar dicho emprendimiento.

Es así que el emprendimiento se considera un factor dinamizador del crecimiento económico y una vía de acceso al mercado laboral. Las empresas familiares, pequeñas y medianas, requieren de personal emprendedor que les proporcionen alguna ventaja competitiva para permitir su supervivencia.

En tanto los gobiernos de las naciones latinoamericanas, la apuesta por el emprendimiento se hace con la intención de disminuir las tasas de desempleo, de la extrema pobreza, de la creciente marginación y de la violencia.

Antes de abrir y ofrecer apoyos financieros o programas para la planeación de negocios, es importante conocer en qué consiste el emprendimiento, y específicamente reconocer con exactitud cuáles son los factores que intervienen en los casos exitosos y cuáles son las características emprendedoras de nuestra población.

En este sentido es hacia donde se dirigió esta investigación, la cual tuvo como objetivo principal identificar las características de emprendimiento de los jóvenes de la Preparatoria Regional de Tepatlán de la Universidad de Guadalajara y sus módulos adjuntos, para ello se empleó el modelo teórico que Ibáñez y Robinson han trabajado cuidadosamente.

Gracias a que éste es un modelo teórico que comprende la actitud de emprendimiento a partir de cinco factores claramente definidos, producto de un trabajo estandarizado y adaptado para su aplicación a poblaciones hispanohablantes, se ha logrado cumplir con este objetivo.

Como ya se mencionó en el marco teórico de este trabajo, el modelo de los cinco factores consta del reconocimiento de los componentes de innovación, autoestima, control percibido interno, planeación y motivación de logro, con los cuales se presenta un análisis fino de las actitudes de emprendimiento de los jóvenes, que aunque la tendencia hacia el emprendimiento es favorable, sí se observaron ciertos matices cuando centramos el análisis por subgrupos, como por ejemplo, el análisis por escuelas.

Al presentar los datos generales se puede decir que no hay grandes diferencias, pero cuando se revisan los datos por factor, entonces la tendencia hacia el emprendimiento muestra sus particularidades en cada una de las escuelas. De igual forma, al revisar las frecuencias relativas de cada uno de los factores, se muestra que la tendencia favorable no es uniforme, resaltando factores que podrían trabajarse y fortalecerse de manera distinta en cada una de las escuelas.

La investigación sugiere también que hay módulos que requieren más trabajo de investigación para identificar si las diferencias vienen dadas por el contexto o si a través de la instrucción se pudiera modificar la actitud de emprendimiento de los jóvenes e

incrementar la probabilidad de que efectúen proyectos en la edad adulta que les provea de un ingreso económico estable.

En suma, los resultados ofrecen una radiografía de las actitudes de emprendimiento en jóvenes que se encuentran realizando sus estudios de educación media superior, en específico en las cinco instituciones que comprenden la Preparatoria Regional de Tepatitlán, siendo cuatro módulos ubicados en: Acatic, Cañadas de Obregón, Valle de Guadalupe y Yahualica; y la sede en dos locaciones, González Gallo y Bartolo Hernández, en la ciudad de Tepatitlán.

5.1 Futuras líneas de investigación

El siguiente paso será trabajar en dos direcciones, una que nos permita fortalecer las áreas de oportunidad que el estudio nos ha dado la oportunidad de destacar, y la otra dirección, identificar las variables que influyen en el emprendedor en potencia para que logre serlo en acto.

Asimismo, sería interesante medir cómo variarían dichos resultados cuando los alumnos alcancen la edad adulta, así como detectar cuántos de ellos efectivamente emprenderán un negocio y determinar, si es el caso, aquellos que lleven a cabo un emprendimiento exitoso y hayan sido aquellos que lograron fortalecer su autoestima.

Se destaca este enfoque puesto que se ha conceptualizado a lo largo de este trabajo, cómo la actitud tiene un componente afectivo, y anteriormente señalado en la introducción, cómo el desarrollo de la inteligencia emocional podría ser un factor determinante del emprendimiento exitoso.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdala, E.** (2004). Formación y empleabilidad de jóvenes en América Latina. *Papeles de población*, 8(33), 223-238.
- Amorós, J. E.** (2011). El proyecto global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia Revista latinoamericana de administración*, (46) pp.1-15.
- Amorós, J. E., Leguina, A., y Gutiérrez, I.** (2010). *Análisis de la actividad emprendedora en sectores de comercio en América Latina: Una aproximación desde el Global Entrepreneurship Monitor*. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo-FUNDES Internacional.
- Andrés, M. F., y Sánchez-Rossi, M. R.** (2007). Nuevos desafíos: la formación emprendedora. En VII Coloquio Internacional sobre Gestión Universitaria en América del Sur. Conferencia presentada en Universidad de Mar del Plata, Argentina.
- Arias, D., Bustinza, O. F., y Djundubaev, R.** (2016) Efectos de los juegos de simulación de empresas y Gamification en la actitud emprendedora en enseñanzas medias: Effects of gamified business simulations on entrepreneurial attitude at high school level. Ministerio de Educación. (371) pp. 133-156.
- Arroyo, M., y Jiménez-Sáez, F.** (2008). La incorporación de la innovación y el emprendedurismo en la Educación Superior: una formación de futuro. En Actas del V Congreso Iberoamericano de Docencia Universitaria, Valencia, España.
- Bernal, A. y Cárdenas, A.** (2014). La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el Programa EME. *Revista española de pedagogía*, (72) pp.125-143.
- Bravo, F. y Santamaría, T.** (2017) Impacto de las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la Universidad de Guayaquil carrera de Comunicación Social. *INNOVA Research Journal*, 2(2). pp. 45-54.
- Caldera, C.** (2015). Actitudes de los estudiantes universitarios ante la tutoría. Diseño de una escala de medición. *Revista de la Educación Superior*, pp. 103-124.

- Campos, M.** (1997). La función de la empresa y el empresario en la sociedad moderna. Diseño de una escala de medición. *Exconomistas Colegio de Madrid*, (73), pp. 100-104.
- Carnoy, M., y Alborés, J.** (2001). *El trabajo flexible en la era de la información*. Madrid: Alianza.
- Castillo, A.** (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile: INTEC Corporación de Investigación Tecnológica.
- Correas, C. I.** (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), pp. 225-236.
- De la Cueva, L.** (2013). La incubación de empresas y el emprendedor en el estado de Michoacán: una visión conjunta. En XVIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, Ciudad Universitaria, México.
- De Oliveira, O.** (2006). Jóvenes y precariedad laboral en México. *Papeles de población*, 12(49), pp. 37-73.
- Domínguez, J.** (2014). El comercio exterior y el crecimiento económico de México. *Punto de Vista*, 5(8), pp.101-111.
- Enciso-Congote, J.** (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿Competencias complementarias o excluyentes? *Educación y educadores*, 13(1), pp. 63-76.
- French-Davis, R.** (2012). Empleo y estabilidad macroeconómica real. El rol regresivo de los flujos financieros en América Latina. *Revista Internacional del Trabajo*, (131), 1-3. pp. 23-46.
- Formichella, M.** (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Tres Arroyos ed.
- García-Cabrera, A., Déniz-Déniz, M., y Cuéllar-Molina, D.** (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51). pp. 65-101.
- Girón, A.** (2000). Schumpeter: aportaciones al pensamiento económico. *Comercio Exterior*, 50(12), pp.1077-1084.

- Guerra, C.** (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas CUC*, 33(1), pp.191-204.
- Gutiérrez, J. A.** (2013). *Emprendimiento y creación de empresas: teoría, modelos y casos*. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables: Editorial Universidad de la Salle.
- Hernández, P. P., Espinoza, R. O., Tapia, H. M., Márquez, A., y Acevedo, J. L.** (2006). *El emprendedor en México: ingenio vs innovación*. En Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación, Palacio de Minería, Cd. de México, 19 al 23 de junio de 2006.
- Horbath, J. E.** (2016). Contrastes regionales de la discriminación laboral hacia los jóvenes en México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(2), pp. 1273-1290.
- Ibáñez, M. A.** (2001) Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV. Tesis doctoral de la Universidad de Deusto, España.
- _____ (2002). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: medición y propuestas de actuación. Bilbao, España: Editorial Mensajero.
- Krauss, C.** (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresarial*, 9(1), pp. 28-40.
- Martín, M. A. y Picazo, T.** (2008). Emprendedores y objetivos de política económica. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 841, pp. 29-40.
- Martín, R., Manuel, B., y Roberto, F.** (2013). Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México. *Problemas del desarrollo*, 44(174), pp.167-195.
- Martínez, P. C.** (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, (20), pp.165-193.
- Minniti, M.** (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, (383), pp. 23-30.

- Mora**, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN*, (71), pp. 70-83.
- Morales-Gualdrón**, S., y Pineda, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (38), pp.176-207.
- Olivera**, E., y Olmedo, L. (2009). Características emprendedoras de egresados de Contador Auditor e Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Católica del Maule. *Revista Académica UCMaule* (37) pp.49-72.
- Orrego**, I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20). pp. 225-235.
- Osorio**, F. F., y Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43). pp. 13-33.
- Padilla-Martínez**, M. P., Quispe-Otacoma, A. L., Nogueira-Rivera, D., y Hernández-Nariño, A. (2016). Diagnóstico y perspectivas de fomento del emprendimiento como instrumento de desarrollo. *Ingeniería Industrial*, 37(1), pp. 91-103.
- Park**, S., y Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), pp. 291-314.
- Pineda**, A. L., Dextre, E., Del Carpio, G. J. y La Jara, G. E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas. *Revista de investigación en psicología*, 13(2), pp. 139-151.
- Ramos**, F. S., y Bayter, L. O. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, CIRIEC-España (75), p.129.
- Rekowski**, M. (2013). Impacto de la crisis mundial en el empleo y la productividad de las PYMEs: El caso de las grandes economías europeas. *Revista de Economía Mundial*, (35). pp. 121-136.

- Rentería-Pérez, E., y Malvezzi, S. (2008).** Empleabilidad, cambios y exigencias psicosociales en el trabajo. *Universitas Psychologica*, 7(2). pp. 319-334.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., y Hunt, H. K. (1991).** An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), pp.13-31.
- Rodríguez, A. (2009).** Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión* (26), pp. 94-119.
- Rodríguez, L. (2007).** La teoría de acción razonada: implicaciones para el estudio de las actitudes. *Investigación educativa*. pp. 66-77.
- Rodríguez, R. (2006).** *El emprendedor de éxito*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Rodríguez-Aceves, L., Muñiz-Ávila, E., Saiz-Álvarez, J. M., y Flores-Castro, M.A (2016).** *Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Jalisco 2015: Contexto actual del ecosistema de emprendimiento*. Zapopan, Jal. (México): Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara.
- Romero, C. R. (2005).** Emprendurismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Revista Innovar Journal. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(26), pp. 73-89.
- Salinas, F., y Osorio, L. (2012).** Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, CIRIEC-España (75), pp. 128-151.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., y Lucio, P. B. (1996).** *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Sánchez, L. Á., y Pérez, E. (2015).** Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, CIRIEC-España, (84), pp. 35-62.
- Sánchez, S., Hernández, C. A., y Jiménez, M. (2016).** Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), pp. 70-82.

- Stiglitz, J.** (2009). Crisis mundial, protección social y empleo. *Revista Internacional del Trabajo*, 128(1-2), pp.1-15.
- Teece, D. J., y Al-Aali, A. Y.** (2013). Conocimiento, emprendimiento y capacidades: revisando la teoría de la empresa multinacional. *Universia business review*, 4(40).
- Tinoco, F., y Laverde, F.** (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43), pp.13-33.
- Tobón, S.** (2008). *La formación basada en competencias en la educación superior: el enfoque complejo*. México: Universidad Autónoma de Guadalajara.
- Toca, C.** (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), pp. 41-60.
- Toril, J. U., y De Pablo, J.** (2011). Revisando el emprendedurismo. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, (3021), pp. 53-62.
- Petit, E.** (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(3), pp. 495-506.
- Vásquez, A., y Dávila, M.** (2008). "Emprendimiento social–revisión de literatura". *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Viera, A., Pérez, A., y Paredes, M.** (2008). La Pedagogía Crítica y las competencias de emprendedurismo en estudiantes universitarios. *Pensamiento & Gestión*, (24), pp. 43-62.
- Villarreal, O., y Landeta, J.** (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 16(3). pp. 31-52.
- Zacarías, H., y Olmos, R.** (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 4(8), pp.101-122.

6.1 Referencias electrónicas

- Arreola, J.** y Cardini, A. (2014). *Las universidades y su impacto en el emprendimiento en México*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/las-universidades-y-su-impacto-en-el-emprendimiento-en-mexico/>
- Carmen, C. T.,** y Viveros, H. F. (2011). *Los emprendedores evolucionan el concepto*. Colombia: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium (UNICATÓLICA). Artículo recuperado de: <http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf>
- Escat, M.,** y Romo, M. (2015). Emprendimiento y personalidad creativa en estudiantes universitarios. *Creatividad y Sociedad*. 23, pp.64-99. Recuperado de: http://creatividadysociedad.com/articulos/23/3_Emprendimiento%20y%20personalidad%20en%20estudios%20universitarios.pdf
- Espíritu, R.,** y Sastre, M. (2010). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid, España*. Recuperado de: https://www.academia.edu/28233692/Factores_explicativos_sobre_la_actitud_emprendedora_de_los_estudiantes_universitarios_de_la_comunidad_de_Madrid_Espa%C3%B1a_3_PUBLICATIONS_20_CITATIONS_SEE_PROFILE
- Kantis, H.,** Federico, J. e Ibarra, S. (2014). *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Una herramienta para la acción en América Latina*. Asociación Civil Red Pymes Mercosur, recuperado de: https://www.fomin.org/Portals/0/Publicaciones/ICSEd_PRODEM_2014.pdf
- Luna, A.,** Torres, B., y Flores, V. Características y vocaciones emprendedoras de los estudiantes universitarios: caso unidad Culiacán de la Universidad de Occidente. Centro Universitario de los Valles, Universidad de Guadalajara /Universidad Autónoma de Nayarit. pp. 341-366. Recuperado de: http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/02_21_Vocaciones_Emprendedoras.pdf
- Macías, G.** (2014). *Emprender en la universidad: Reflexiones sobre el desarrollo de las habilidades de emprendimiento en las universidades*. Centro Universitario de Los Altos, Universidad de Guadalajara. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/308438742_Emprender_en_la_universidad

_Reflexiones_sobre_el_desarrollo_de_las_habilidades_de_emprendimiento_en_las_universidades

Secretaría de Educación Pública (2015). *Modelo de Emprendedores para la Educación Media Superior*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/modelo-de-emprendedores-para-la-educacion-media-superior>

SEDESOL, (2016). *Infografía: La juventud mexicana en cifras*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/bienestar/es/articulos/la-juventud-mexicana-en-cifras>

SEMS-UDG (2011). *Bachillerato General por Competencias. Trayectoria de Aprendizaje Especializante (TAE) de Proyectos Emprendedores*. Recuperado de: <http://sems2.sems.udg.mx/sites/default/files/BGC/Proyecto%20emprendedores.pdf>

Schumpeter, J. (1935). Análisis del cambio económico, en Urquidi, V. (coord.) *Ensayos sobre el ciclo económico*, México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado de la base de datos del grupo de investigación EUMED.NED, Universidad de Málaga: <http://www.eumed.net/cursecon/textos/schump-cambio.pdf>

ANEXOS

Modelo de cuestionario aplicado en la encuesta a los estudiantes de bachillerato de la Escuela Preparatoria Regional de Tepatitlán de Morelos

Actitudes de emprendimiento: Sección- Identificación

Te invitamos a participar en nuestra investigación sobre ACTITUDES DE EMPRENDIMIENTO EN JÓVENES DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR, contestando esta encuesta. La finalidad que tenemos es identificar el perfil de emprendimiento que poseen los jóvenes de tu generación, lo que será de gran ayuda para el diseño y la implementación de programas que faciliten el desarrollo de tus actitudes.

Para cumplir con este objetivo es muy importante que contestes con toda HONESTIDAD por ello no se te pedirá tu nombre y, si tienes alguna duda PREGUNTA a tu APLICADOR.

Este cuestionario consta de tres secciones. En esta primera sección te pedimos datos que nos permiten identificar el grupo poblacional al que perteneces, no se te pide ningún dato personal para protección de tu identidad.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Sexo: *

- Mujer
- Hombre

Semestre:

Texto de respuesta breve

Escuela: *

- Prepa Tepa
- Acatic
- Cañadas de Obregón
- Valle de Guadalupe
- Yahaulica de González Gallo

Actitudes de emprendimiento: Sección-Perfil psicológico

En esta segunda sección las preguntas nos permitirán identificar tus actitudes de emprendimiento. Para contestar deberás seleccionar una opción del 1 al 5. Así por ejemplo seleccionarás 1 si estas en TOTAL DESACUERDO con lo que expresa el enunciado, conforme consideres que el enunciado te describe adecuadamente seleccionarás las otras opciones, cuando estés TOTALMENTE DE ACUERDO seleccionarás 5. OJO, a lo largo del cuestionario encontrarás preguntas que están en MAYÚCULAS, en estos casos la escala está invertida, significa que 1 es TOTALMENTE DE ACUERDO y 5 en TOTAL DESACUERDO.

1. Siempre he trabajado duro para estar entre los primeros lugares de cualquier actividad. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de acuerdo (TA)

⋮

2. Dedico una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que estoy comprometido/a funcionen mejor. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de acuerdo (TA)

3. Normalmente realizo muy bien mi parte de trabajo en cualquier proyecto en el que estoy implicado/a. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de acuerdo (TA)

⋮

4. CREO QUE LA GENTE CON ÉXITO SE MANEJARÍA MEJOR QUE YO EN REUNIONES DE NEGOCIOS *

1 2 3 4 5

Totalmente de acuerdo (TA) Total desacuerdo (TD)

5. Si quiero algo, trabajo duro para conseguirlo *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

6. ME SENTIRIA COHIBIDO/A CUANDO ESTOY CON PERSONAS DE MUCHO ÉXITO EN LOS NEGOCIOS. *

	1	2	3	4	5	
Totalmente de Acuerdo (TA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Total Desacuerdo (TD)

⋮

7. Realizo cada trabajo tan exhaustivamente como es posible. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

8. NO ESTOY SEGURO/A DE MIS PROPIAS IDEAS Y CAPACIDADES. *

	1	2	3	4	5	
Totalmente de Acuerdo (TA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Total Desacuerdo (TD)

9. ME SIENTO INFERIOR A LA MAYOR PARTE DE LAS PERSONAS CON LAS QUE COLABORO. *

	1	2	3	4	5	
Totalmente de Acuerdo (TA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Total Desacuerdo (TD)

10. Creo que para tener éxito en un negocio debes dedicar tiempo todos los días a desarrollar nuevas oportunidades. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

⋮

11. Creo que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de ACUERDO (TA)

12. Para resolver bien un problema empresarial es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

13. A menudo llevo a cabo tareas de una forma original. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

14. Creo que lo más importante a la hora de seleccionar socios es que sean competentes. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

15. Me siento bien cuando he trabajado duro para mejorar mi trabajo. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

16. Me siento satisfecho/a cuando hago algo que permite que el grupo o las organizaciones a las que pertenezco funcionen mejor. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

17. Lo que verdaderamente me motiva es pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

18. Normalmente busco compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

19. Me entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

20. Cuando algo me va afectar aprendo todo lo que puedo sobre ello. *

	1	2	3	4	5	
Total Desacuerdo (TD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente de Acuerdo (TA)

21. Disfruto buscando nuevos enfoques para ideas conocidas. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de Acuerdo (TA)

22. Me divierto más tratando de hacer tareas difíciles que tareas fáciles. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de Acuerdo (TA)

⋮

23. Pienso que si tuviera un negocio pasaría una considerable parte de mi tiempo analizando las necesidades futuras de mi negocio antes de asignar cualquier recurso. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de Acuerdo (TA)

24. ME DESANIMO CUANDO HAGO ALGO QUE NECESITA MUCHO TIEMPO PARA OBTENER RESULTADOS. *

1 2 3 4 5

Totalmente de Acuerdo (TA) Total Desacuerdo (TD)

27. Me enorgullezco de los resultados que he logrado en mis actividades. *

1 2 3 4 5

Total Desacuerdo (TD) Totalmente de Acuerdo (TA)

28. ME SIENTO RESENTIDO CUANDO SOY MANGONEADO (A) EN MI TRABAJO. *

1 2 3 4 5

Totalmente de Acuerdo (TA) Total Desacuerdo (TD)

Actitudes de emprendimiento: Sección-Perfil laboral

Esta es la última sección de nuestro cuestionario. Gracias a tus respuestas podremos identificar datos de tu entorno que podrían favorecer el desarrollo de tus actitudes de emprendimiento. Por favor, selecciona la respuesta que mejor describe tu situación

a. ¿Realizas alguna actividad laboral? *

Sí

No

...

b. Si respondiste SI a la pregunta anterior inmediata, dinos en qué consiste tu actividad laboral.

Ayudas en el negocio familiar

Ayudas en el negocio de un amigo

Ayudas en el negocio de un conocido

Laboras en un empleo para un patrón con quien no tienes ninguna relación de las anteriormente mencionadas.

c. ¿Tienes algún familiar que haya iniciado su propia empresa? *

Sí

No

d. ¿Al conocer la experiencia de tu familiar te sientes motivado para emprender un negocio? *

Sí

No

Agradecemos tu participación.