



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEMASCALTEPEC EXTENSIÓN TEJUPILCO

LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

FACTORES PSICOLÓGICOS CONDICIONANTES DE LA ACTITUD
EMPREDDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

YURIDIA ROJO ORTÍZ

No. Cuenta: 0842010

DELMA MACEDO AVILÉS

No. Cuenta: 1126661

LORENA SÁNCHEZ BENÍTEZ

No. Cuenta: 1129188

DIRECTOR DE TESIS

DRA. EN C. Y A. MARCELA JARAMILLO JARAMILLO

ASESOR

DR. EN C. ED. MANUEL ANTONIO PÉREZ CHÁVEZ

TEJUPILCO MÉXICO, MAYO 2016

CONTENIDO

CAPITULO 1 ANTECEDENTES DEL EMPRENDEDOR.....	8
1.1 Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios:.....	12
1.2 Antecedentes del emprendedor.....	13
1.4 Definición del emprendedor.....	16
1.5 Características del emprendedor.....	19
1.6 Espíritu emprendedor.....	25
1.6.1 Factores que favorecen el nacimiento de un espíritu emprendedor.....	26
1.7 Tipos de emprendedor.....	28
1.8 Perfil del emprendedor.....	28
1.9 Actitud Conceptos generales.....	41
1.10 Actitud emprendedora.....	44
CAPÍTULO 2 FACTORES PSICÓLOGOS.....	46
2.1 Factor necesidad de logro.....	46
2.2 Factor de innovación.....	50
2.3 Factor control percibido interno.....	51
2.4 Factor de autoestima.....	52
2.6 Tolerancia a la ambigüedad.....	55
2.7 Principales teorías para la creación de empresas.....	56
2.7.1 Teoría de la motivación.....	56
2.7.2 La teoría de la personalidad de rasgo.....	57
2.7.3 Teoría cognitiva.....	59
2.7.4 Teoría del rol.....	60
2.7.5 Teoría de la incubadora.....	62
CAPITULO 3 CENTRO UNIVERSITARIO UAEM.....	64
3.1 Misión.....	65
3.2 Visión.....	65
3.3 Objetivo de la licenciatura en psicología.....	68
3.4 Perfil del alumno en psicología.....	68
3.5 Licenciatura en psicología.....	70
3.5.1 Actitudes que deben tener los alumnos en la licenciatura de psicología.....	71

3.6 Perfil del psicólogo	80
3.7 departamento de incubación	85
CAPITULO 4 FACTORES PSICOLÓGICOS CONDICIONANTES DE LA ACTITUD EMPREDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA	86
MÉTODO	86
Objetivo General:	86
Objetivos Específicos:	86
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	87
Hipótesis.....	89
Tipo de estudio	89
Variables.....	89
Población	92
Muestra	93
Instrumento.....	94
Diseño de investigación	97
Captura de información	97
Procesamiento de la información	97
CONCLUSIONES.....	114
SUGERENCIAS	116
REFERENCIAS	117

PRESENTACIÓN

El presente trabajo tiene como título identificar los factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología. Los fundamentos de la investigación se estructuran en cuatro capítulos que se describen a continuación.

En el Capítulo I se conceptualiza al emprendedurismo, emprendedor, emprender, sus antecedentes y características del perfil del emprendedor.

En el Capítulo II se hace mención a la actitud, actitud emprendedora y los factores psicológicos en relación a esta.

El Capítulo III incluye una breve explicación de la evolución que tuvo el Centro Universitario UAEM, la licenciatura en psicología, departamento de incubación, así mismo el perfil del psicólogo y del estudiante.

El Capítulo IV está enfocado al método donde está especificado el objetivo, los objetivos específicos, el planteamiento del problema, las hipótesis, el tipo de estudio, las variables, la población, la muestra, el instrumento, tipo de diseño de investigación, captura de investigación, el procesamiento de la información, los resultados y la discusión.

Para finalizar se detallan las conclusiones, las sugerencias y se alistan las fuentes consultadas.

RESUMEN

En el presente trabajo se identificaron los factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología, se planteó como objetivo la relación que existe entre factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora. La muestra consto de 375 estudiantes del Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Para la obtención de resultados se utilizó el instrumento de medición actitud emprendedora, el cual consto de 70 reactivos que son en escala Likert, los cuales se estructuran de la siguiente manera: autoestima con 7 ítems, control percibido interno con 11 ítems, innovación 9 ítems, motivación de logro 9 ítems, riesgo 14 ítems y tolerancia a la ambigüedad con 20 ítems. Donde las opciones de respuesta a las preguntas son las siguientes 1 Nunca, 2 Casi Nunca, 3 Rara Vez, 4 Continuamente, 5 A menudo, 6 Casi Siempre y 7 Siempre. En los apartados de factores psicológicos consta de 72 reactivos que son en escala Likert.

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que en los factores psicológicos y la actitud emprendedora en estudiantes de psicología existe una correlación significativa en el control interno, riesgo, innovación, motivación de logro, tolerancia a la ambigüedad con niveles de probabilidad ($P \leq 0.05$). El único factor que no tiene correlación significativa es la autoestima.

INTRODUCCIÓN

La creación de nuevas empresas y la búsqueda de desarrollo de una cultura emprendedora se han convertido en un tema importante de la agenda de economistas, académicos y políticos en la mayoría de los países del mundo. Los estudios sobre creación de empresas han adquirido creciente importancia en los últimos años debido al importante impacto que este fenómeno tiene sobre el desarrollo económico y social. La creación de nuevos negocios genera inversiones en la economía local, crea nuevos empleos, y aumenta la competitividad desarrollando instrumentos de funcionamiento innovadores (Couto y Tiago, 2009).

McCarthy (2003) encuentra que los emprendedores están fuertemente vinculados con la personalidad que poseen. Los emprendedores son carismáticos, visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales. Son tomadores de riesgo, lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores. En cambio, los emprendedores de tipo práctico son más cautelosos, más racionales, toman riesgo calculando y planificando exactamente el negocio al cual apuntan.

Es necesario prepararse antes de comenzar un negocio (Alcaraz 2006) debido a que cada caso es distinto. Por ejemplo, la idea de negocio del emprendedor, debe tomar características elementales que le sirvan y desechar las que no son útiles, introducir ideas y estrategias viables y actuales poniendo en sus manos conocimientos básicos que lo auxilien en su elección, logrando un mayor porcentaje de éxito.

Cada día la planeación de las actividades nos permite diseñar situaciones futuras, valorarlas, darles seguimiento y evaluarlas; tomar conciencia de cada función, determinar el grado de beneficio, los cursos de acción, los recursos tanto material como humano, y su alcance, por lo que el propósito de la presente investigación

es identificar los factores psicológicos condicionantes de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.

El presente documento se integra de cuatro capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el primer capítulo se mencionan los antecedentes del emprendedor, el concepto de emprender, emprendedor y emprendedurismo, las características, perfil, tipos y espíritu que un emprendedor debe tener, así mismo, hace evocación al concepto de actitud y actitud emprendedora. Para el segundo Capítulo se conceptualizan los 6 factores psicológicos con los que se trabajó en el instrumento, los cuales son: autoestima, control percibido interno, innovación, motivación de logro, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

El tercer capítulo incluye una breve explicación de la evolución que tuvo el Centro Universitario UAEM, la licenciatura en psicología, departamento de incubación.

El Capítulo IV está enfocado al método donde está especificado el objetivo, los objetivos específicos, el planteamiento del problema, las hipótesis, el tipo de estudio, las variables, la población, la muestra, el instrumento, tipo de diseño de investigación, captura de investigación, el procesamiento de la información, los resultados y la discusión.

Para finalizar se detallan las conclusiones, las sugerencias y se alistan las fuentes consultadas

CAPITULO 1 ANTECEDENTES DEL EMPRENDEDOR

Los estudios sobre creación de empresas han adquirido creciente importancia en los últimos años debido al importante impacto que este fenómeno tiene sobre el desarrollo económico y social. La creación de nuevos negocios genera inversiones en la economía local, crea nuevos empleos, y aumenta la competitividad desarrollando instrumentos de funcionamiento innovadores (Couto y Tiago, 2009).

La mayor parte de la investigación sobre espíritu empresarial estaba relacionada con países en desarrollo y grupos marginales, que incluían mujeres empresarias y empresarios de grupos étnicos. Este interés general en el espíritu empresarial como un fenómeno organizacional y de relaciones, ha crecido desde entonces con el reconocimiento de supuestos epistemológicos y ontológicos alternativos que proponen modelos y vocabularios diferentes y visualizan gran variedad de campos empíricos. El estado del arte actual muestra que la comunidad europea de investigación en espíritu empresarial se distingue por tener una base constructivista, en la que la contextualización sociocultural es su rasgo más sobresaliente, en tanto que la comunidad norteamericana de investigación se mantiene ligada a un paradigma realista-positivista en que predominan la generalización y la racionalización económicas. No obstante lo anterior se han tenido recientemente unos puentes entre estas divisiones paradigmáticas (Steyaert y Katz, 2004; Gartner, 2007).

Derivado de lo anterior, el estudio de las actitudes emprendedoras es una línea de investigación que ha suscitado el interés y la curiosidad de los analistas socioeconómicos, y que en la actualidad cobra una especial relevancia, debido a la difícil situación económica que atraviesan la mayor parte de los países. Es ahora cuando la iniciativa empresarial resulta uno de los factores prioritarios para salir de la crisis. La necesidad de abrir nuevas vías en el mercado laboral, de tomar iniciativas creativas e innovadoras que posibiliten puestos de trabajo, se ha convertido en una necesidad urgente.

Existe una correlación positiva entre el nivel de educación formal de un sujeto y su decisión de crear una nueva empresa (Storey, 1994; Reynolds y White, 1997). Ello

se traduce en que la probabilidad de entrada a una actividad independiente se incrementa, tanto para desempleados como para empleados, con nivel educativo. Asimismo, aquellos individuos con un nivel educativo más elevado tienen mayores posibilidades de éxito, no sólo en la implementación de un nuevo emprendimiento, sino también en la supervivencia en las etapas tempranas de la nueva empresa, período crítico de las mismas (Gennero y Liseras, 2001).

Vivimos tiempos difíciles pero apasionantes. Los primeros años del siglo XXI han mostrado una característica que nunca antes en la historia reciente se había visto con tanta rotundidad: la aceleración de los procesos de cambio en el entorno económico, social, político y normativo en todas las sociedades.

En este joven siglo, y especialmente a raíz de la eclosión de lo que casi todo el mundo denominó la “Nueva Economía” (obsoleta ya en su nacimiento), se ha prestado mucha atención al campo de la Creación de Empresas, al movimiento emprendedor (De la Vega, 2011).

Parece que el interés por la creación de empresas ha sido a lo largo del siglo XX un fenómeno cíclico en las economías más desarrolladas y tiene continuidad, con velocidades de cambio superiores, en el siglo XXI (De la Vega 2011). En cualquier caso, el emprendedor es hoy en todas las economías una figura reconocida por su contribución a la generación de ideas innovadoras, a la creación de empleo y de riqueza colectiva.

Según el General Entrepreneurship Monitor desde el 2001, menciona que la actividad emprendedora en México ha caído gradualmente del 18.7% a 5.3% en el 2006. Actualmente el país aparece por debajo de los indicadores promedio en cuanto a actividad empresarial en comparación con otros países analizados. Las condiciones económicas del país no son suficientes para generar actividades productivas y para que los nuevos emprendedores tengan un futuro prometedor claro. En el 2006 el Gobierno llevó a cabo ciertas iniciativas que fomentaron la actividad emprendedora, entre las cuales destacan: la provisión de \$52.5 mil millones a las pequeñas y medianas empresas; la creación del Programa de Oferta Exportable, que ayudó a 6,000 pequeñas y medianas empresas a exportar;

y el incremento en programas académicos caracterizados por la impartición de cursos emprendedores en diversas universidades públicas como privadas (GEM, 2007).

Aun así, el emprendimiento es visto como una de las principales herramientas en la implementación de estas estrategias.

Algunas acciones de apoyo al emprendimiento incluyen el desarrollo de planes de negocio, capital semilla, formación empresarial, transferencia de tecnología, consultoría e incubadoras de empresas.

A partir del 2007 el desarrollo y apoyo al emprendedor fueron impulsados por el Gobierno. De acuerdo con la Secretaría de Economía existían alrededor de “311 incubadoras de empresas instaladas en instituciones de educación media y superior, en algunos municipios y el sector privado; diez aceleradoras de negocios, de las cuales seis están ubicadas en México y cuatro en el extranjero; con el apoyo de la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia (SE, 2008).

Resulta significativa la participación de las universidades en el fomento y desarrollo de la cultura emprendedora. El ejemplo más importante lo tiene el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), con su Programa Emprendedor extendido a todos los campus en toda la república mexicana con el eslogan “Cultura Emprendedora”. En México lo más significativo en emprendimiento lo tienen las instituciones de educación superior.

Definiendo al emprendedor como aquella persona que identifica una oportunidad de negocio o necesidad de un producto o servicio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha, el programa busca fomentar el espíritu emprendedor con la implementación, el desarrollo y el fortalecimiento de una cultura desarrollo económico y social, ya que existe una relación directa entre la actividad emprendedora y la creación de empresas, la generación de nuevas fuentes de trabajo, la expansión de los mercados y la competitividad (ITESM).

En este contexto, en febrero del 2008, como parte de la estrategia emprendedora nacional, el gobierno de México a través de la Secretaría de Economía, específicamente de la Subsecretaría de las Pymes, se dio a la tarea de

implementar un programa denominado programa Nacional de Emprendedores, que tiene como objetivo promover e impulsar en los mexicanos una cultura y desarrollo empresarial que resulten en la creación de más y mejores micro y pequeñas empresas a través de la Red Nacional de Incubadoras. El programa apoyará a los emprendedores mediante una campaña nacional y el programa emprendedor en todas las instituciones de educación media y superior, para fomentar un semillero de empresas, y a las incubadoras para crear empresas con valor agregado, que permanezcan y se consoliden (“Fábrica de Empresas”).

Así mismo, por decreto presidencial, fue creado el Instituto Nacional del Emprendedor el cual es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial (INADEM,2013).

A pesar de las actividades que se han realizado para fomentar el espíritu emprendedor en México, el emprendimiento en el país continúa centrándose en actividades de bajo riesgo, bajo valor agregado y mínimas inversiones de capital.

Dada la realidad económica mundial, los mexicanos parecen poco dispuestos a dejar sus empleos para perseguir aventuras emprendedoras con alta inversión.

Existe todavía una falta de calidad en el sistema financiero, en la educación y en el sistema legal para apoyar el emprendimiento a pesar de que la economía mexicana es una de las más abiertas a nivel internacional. Se dice que México es uno de los países más emprendedores de acuerdo con el GEM y a la OCDE, y tiene el mayor número de acuerdos de libre comercio, pero continúa persiguiendo un progreso que se base en una atmósfera de competitividad que conduzca a la innovación y al constante mejoramiento (GEM 2007; OCDE 2005).

1.1 Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios

Urbano (2003) analiza la deseabilidad de poner en marcha una iniciativa empresarial entre los estudiantes universitarios de Cataluña, se evidencia una fuerte asociación entre dicha actitud y los estudios desarrollados, de forma que aquellos alumnos que cursan las titulaciones con carácter empresarial poseen una cualidad más positiva hacia la creación de empresas.

En efecto, la propia Comisión Europea, (2003) señala que la educación y la formación superior deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas. De hecho, la nueva concepción del desarrollo económico, basada en aspectos tales como la globalización, la sostenibilidad, los avances tecnológicos, etc., está poniendo de manifiesto la importancia de la acción innovadora y la receptividad de los recursos humanos hacia el aprendizaje, por lo que la facultad de adaptarse estructuralmente y la capacidad de innovar se convierten en elementos fundamentales. A este respecto, la institución universitaria puede representar un papel fundamental a la hora de impulsar la iniciativa emprendedora entre los jóvenes.

Precisamente, el club de gestión de calidad, a través de su grupo Universidad y Empresa, emitió en 1998 el informe Mejora en la formación universitaria: sugerencias desde la empresa», en el que se recogía la inquietud de las empresas por adecuar en mayor grado las capacidades de los titulados universitarios a las exigencias del mercado laboral, dado el importante esfuerzo de reciclaje y formación complementaria a que se ven obligadas para subsanar las lagunas con las que se incorporan los nuevos graduados al puesto de trabajo.

En este sentido, y a pesar de que tradicionalmente el objetivo de la institución universitaria, lejos de formar a empresarios, se ha centrado en preparar profesionales cuya inserción en el mercado laboral se consigue, de forma

mayoritaria, a través del trabajo por cuenta ajena en empresas ya existentes, o mediante su incorporación a la Administración Pública (ni siquiera las Facultades de Ciencias Económicas y empresariales, las teóricamente más relacionadas con el tema, han realizado un gran esfuerzo en formación de empresarios), en los últimos años se observa una mayor sensibilidad de la Universidad hacia este tema, y al amparo de los nuevos planes de estudio se empiezan a ofrecer cursos de carácter optativo sobre creación de empresas (De Pablo, 2001).

Benavides, (2004) en que el papel de la Universidad en el proceso de generación de nuevos emprendedores no debería limitarse a la mera formación académica sino que le correspondería ir más allá.

Para ello la Universidad Autónoma del Estado de México creó en 1999 UNCUBASK, cuyo objetivo es invitar a los estudiantes a que cambien de mentalidad; que no acudan a la escuela para convertirse en empleados calificados, sino en emprendedores. Esta institución se ubica en Tecámac, Estado de México, se dedica a asesorar y apoyar emprendedores y empresas en marcha, los cuales se perfilan a la mejora en aspectos de mercado, administrativo, tecnológico y financieros en cualquier sector o industria, con la finalidad de realizar planes de negocio o estrategias específicas para el crecimiento de la empresa (UAEM, 2007).

1.2 Antecedentes del emprendedor

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), y fue utilizada inicialmente para referirse a aventureros como Colón que se vinieron al Nuevo Mundo sin saber con certeza qué esperar.

Son varios los autores que han tratado de definir al emprendedor a lo largo del tiempo:

Según Formaini (2002) el término de emprendurismo/emprendedor parece haber evolucionado en el siglo XV, se aplicaba a personas que corrían riesgos, especialmente en las guerras.

Según Prado y Júnior (2002), el primero fue Cantillón (1680-1734) que lo describe como una persona que quería asumir riesgos para llevar a cabo una acción y así obtener un beneficio.

Para el siglo XVI se refería a un hombre de negocios a gran escala que acordó proveer, asumiendo la responsabilidad de combinar los factores de producción por su cuenta y riesgo. Tal como escribe Rothbard (1955-351) sobre el análisis de Cantillón.

Donde Cantillón divide a los productores de la economía de mercados en dos clases: contratados (quienes reciben salarios fijos o rentas fijas). Entrepreneurs (con ganancias que no son fijas y resultan inciertas “el granjero entrepreneur asume riesgos de los costos fijos de producción y de los precios de venta inciertos, el comerciante o fabricante solo paga costos fijos similares y recibe una ganancia incierta, excepto que solo aquellos venden su propia mano de obra”, los entrepreneur a nivel empresarial deben invertir dinero que, después de desembolsado, se considera “fijo” o dado, desde su punto de vista. Como las ventas y los precios de ventas son inciertos y no fijos, su ganancia se convierte así mismo en un residuo incierto).

A partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas.

La evolución del pensamiento económico clásico, y la economía actual se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, siendo este último quien introduce por primera vez el concepto moderno de entrepreneur, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre (Formani, 2002).

Los fisiócratas, economistas, clásicos y políticos complementaron los planteamientos relativos a la fuente del capital disponible para innovación económica y su relación con los entrepreneurs.

Para Hoselitz (1960) citado por Rodríguez (2009) es uno de los grandes colaboradores del emprendimiento en este periodo, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior” consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas.

1.3 Definición de emprender

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique:

Sánchez, Ortega y Jiménez (s.f.) definen al Emprender es entonces crear su destino, convirtiéndose en líder preocupado por los demás, consiente de la problemática social, se hace sensible ante el medio que lo rodea y su capacidad la deja sin límite para así poder aplicar todos sus conocimientos, sus habilidades, sus talentos, conjuntándose estos para que se acreciente su riqueza.

En cambio para el académico emprender según Ronstadt (1985) citado por Alcaraz (2004) es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permite demostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Para el Instituto Tecnológico de Costa Rica (2001) hablar de emprendedor significa hablar de la filosofía emprendedora la cual busca un cambio en la forma de ser, de hacer y de pensar en los individuos mediante el desarrollo de habilidades, capacidades, valores, motivaciones y actitudes que lo faculten para desarrollar el espíritu emprendedor que habita en cada ser humano, haciéndolo más competitivo en su campo, incrementando el sentimiento de realización profesional y sintiéndose una persona útil para la sociedad.

Así mismo, Shesky (1997) señalan que el término describe a cualquier miembro de la economía cuyas actividades son novedosas de alguna forma, así como a personas que, en definitiva, huyen de rutinas y practicas aceptadas por la mayoría.

1.4 Definición del emprendedor.

Son varios los autores que han tratado de definir al emprendedor a lo largo del tiempo:

“Entrepreneurship”, se traduce al castellano como emprendedor, por tanto Según la Real Academia Española (s.f) el término quiere decir que es aquella persona que establece la realización y ejecución de dar diversas soluciones, desempeñando alguna operación considerable y ardua.

Siropolis (1990) considera que un emprendedor es la persona que hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado.

Sánchez (2003) definen al emprendedor como aquella persona que crea su destino, convirtiéndose en líder preocupado por los demás, consiente de la problemática social, se hace sensible ante el medio que lo rodea y su capacidad la deja sin límite para así poder aplicar todos sus conocimientos, sus habilidades, sus talentos, conjuntándose estos para que se acreciente su riqueza.

Un emprendedor es una persona que se atreve a soñar, que arriesga enfrentando los resultados con bases, planeando lo que desea alcanzar, no se limita, como dijo Albert Einstein la imaginación es más importante que el conocimiento es limitado, mientras que la imaginación abarca el mundo entero (Alcaraz, 2001).

También es un individuo que se caracteriza por su capacidad para crear e innovar, sale de la cumbre y hace cosas diferentes mejorando lo existente (Alcaraz, 2001).

Según Rodríguez (2009), define al emprendedor como aquel que detecta una oportunidad, la analiza, la estudia y se proyecta para crear una organización, es aquella persona que posee olfato, es alguien que cree en sus ideas y que es capaz de llevarlas a cabo, de encontrar la manera de materializar sus sueños;

alguien que aprende de sus errores, que no se inmoviliza o abandona cuando se equivoca o fracasa, que intenta salir adelante pese a las dificultades que encuentra.

Harper (1991), lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza.

Al hablar de emprendedor, no hay que olvidar a Schumpeter (1965) ya que fue uno de los primeros en identificarlo como una figura importante en el desarrollo económico. Diferencia al gerente del emprendedor, que éste es quien innova. Para él la innovación consiste en utilizar el conocimiento disponible para producir y/o comercializar un nuevo producto y/o realizar una adaptación de uno ya existente. Citado por Alcaraz (2004).

Gerber (1996) considera que el emprendedor es innovador, tiene personalidad creativa, constantemente desafía lo desconocido, para transformar posibilidades en oportunidades.

De acuerdo con Drücker (1993) considera que la característica de emprender es más bien un comportamiento que un rasgo de la personalidad. Plantea que cualquier persona que pueda enfrentarse a la toma de decisiones y a la innovación puede aprender a ser emprendedor.

Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad por las decisiones propias de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir “un ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

Prado y Júnior (2002) que lo describe como una persona que quería asumir riesgos para llevar a cabo una acción y así obtener un beneficio.

Según Halloran (1997) el emprendedor es aquel que asume el riesgo de obtener beneficios o incurrir en pérdidas realizando operaciones empresariales.

Veciana (2005) describe al emprendedor como aquella persona que adquiere un puesto elevado, por cuanto es quien asume el riesgo que implica emprender y, por consiguiente, debe enfrentar la complejidad de los mercados para sobrevivir.

McClelland (1968) señala que el emprendedor es una persona que posee necesidades psicológicas básicas, las cuales son tres: necesidad de logro, necesidad de afiliación y necesidad de poder, pero la primera es la más importante, la que determina sus actitudes y actuaciones: necesidades de independencia y autonomía, necesidad de dominio de su medio y necesidad de crear. Citado por Ibáñez (2001).

Para Painevillo (1994) emprendedor es la persona impulsada por una gran necesidad de logro, lo que lo lleva a estar atento a todos los cambios que va presentando el mercado, de modo tal, que pueda volver fortalezas las oportunidades que este le brinda, todo lo anterior sobre la base de un comportamiento altamente responsable, favoreciendo la calidad y la eficiencia, siendo persistente y perseverante.

Para el maestro Varela (1996) el emprendedor es la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo, el emprendedor invierte dinero, tiempo y conocimientos y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal pero buscando recompensas monetarias y personales.

Nueno (1996) identifica al emprendedor como aquel individuo que tiene una especial sensibilidad para detectar oportunidades de negocio y para ponerlas en marcha, aun cuando no disponga los recursos necesarios para ello.

1.5 Características del emprendedor

El diccionario de Real Academia Española señala que una característica es aquella cualidad que posee un individuo que da carácter o sirve para distinguir a alguien de sus semejantes. Por lo tanto los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen al resto de las personas.

March (1991) determina a los emprendedores que tienen mejores expectativas de triunfar en la gestión de sus empresas innovadoras o de tecnología de punta, reúnen las siguientes características endógenas o explicativas:

- ✓ Buscan una oportunidad de mercado, como primera razón para emprender.
- ✓ Poseen una formación académica de carácter técnico.
- ✓ Prefieren un trabajo como gestor más que como técnico, pese a poseer una formación eminentemente técnica.
- ✓ Eficiente, perseverante, resuelve problemas, sincero, abierto de mente, observador, diplomático, responsable, adaptable, asertivo, autónomo, creativo, concentrado, cooperador, determinado, enérgico, flexible, independiente de juicio, intuitivo.
- ✓ Poseen experiencia positiva previa como emprendedor.

Alcaraz (2001) en su obra “el emprendedor de éxito” resume una serie de características que distinguen a los emprendedores del resto de las personas, las cuales han sido mencionadas por diferentes autores que se puede apreciar a continuación:

Factores motivacionales:

- * Necesidad de logro
- * Necesidad de reconocimiento
- * Necesidad de desarrollo personal
- * Percepción del beneficio económico

- * Baja necesidad de poder y estatus
- * Necesidad de independencia
- * Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- * Necesidad de escape, refugio o subsistencia

Características personales:

- * Iniciativa personal
- * Capacidad de decisión
- * Aceptación de riesgos moderados
- * Orientación hacia la oportunidad
- * Estabilidad emocional/autocontrol orientación hacia metas específicas
- * Locus control interno (atribuye a él mismo sus éxitos o fracasos).
- * Tolerancia a la ambigüedad/ incertidumbre
- * Es receptivo en sus relaciones sociales
- * Posee sentido de urgencia/tiempo valioso
- * Honestidad/integridad y confianza
- * Perseverancia/constancia

Características físicas:

- * Energía
- * Trabaja con ahínco

Características intelectuales

- * Versatilidad/flexibilidad
- * Creatividad/imaginación/innovación
- * Búsqueda de la verdad e información
- * Planificación y seguimiento sistemático de resultados
- * Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
- * Visión comprensiva de los problemas
- * Capacidad para solucionar problemas
- * Planificación con límites de tiempo

Competencias generales

- * Liderazgo
- * Orientación al cliente
- * Capacidad para conseguir recursos
- * Gerente/administrador de recursos
- * Patrón de factores de producción
- * Exige eficiencia y calidad
- * Dirección de gestión de la empresa
- * Red de contacto
- * Comunicación

Las peculiaridades antes mencionadas son otra relación de las características del emprendedor las cuales se especifican en: factores motivacionales, características personales, características físicas, características motivacionales y competencias generales en este listado se puede ver que se estudian en mayor medida las características personales seguido por las intelectuales y las competencias.

De acuerdo con Kao (1989) el emprendedor es una persona con características muy particulares entre ellas:

- ❖ Compromiso total, determinación y perseverancia.
- ❖ Capacidad para alcanzar metas.
- ❖ Orientación a las metas y oportunidades.
- ❖ Iniciativa y responsabilidad.
- ❖ Persistencia en la solución de problemas
- ❖ Realismo
- ❖ Autoconfianza
- ❖ Altos niveles de energía
- ❖ Busca de realimentación
- ❖ Control interno alto
- ❖ Toma de riesgos calculados
- ❖ Baja necesidad de estatus y poder
- ❖ Integridad y confiabilidad
- ❖ Tolerancia al cambio

Vender y Brush (1989) afirman que emprender es una actividad de negocios, que consisten en una intersección de las siguientes conductas y acciones, por lo que exige del emprendedor:

- ∞ Creación: establecimiento de una nueva unidad de negocio.
- ∞ Administración general: dirección apropiada para una buena utilización de recursos.
- ∞ Trabajar: son adictos al trabajo que se enfocan en sus metas y se afanan inalcanzablemente para alcanzarlas.
- ∞ Invasión: generación y explotación comercial de nuevos productos, procesos, servicios, mercados, sistemas de organización
- ∞ Aceptación del riesgo; capacidad para manejar el riesgo de fallas potenciales al tomar decisiones o realizar acciones.
- ∞ Mejor desempeño; el intento por lograr altos niveles de desempeño o crecimiento.
- ∞ Optimistas: consideran que cualquier cosa es posible y todo momento es inmejorable para alcanzar metas y logros.
- ∞ Orientación a la excelencia: su deseo de logro los lleva a hacer las cosas al mejor grado posible para alcanzar metas y logros.

Furnham (1995) al analizar las características del emprendedor, encontró que diversos estudiosos en el siglo XIX y XX reafirman las características que otros ya habían encontrado como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1: Características del emprendedor

Año	Autores	Características
1848	Mill	Apariencia de arrojado
1917	Weber	Fuente de autoridad formal
1934	Schumpeter	Innovación e iniciativa
1954	Sutton	Deseo de responsabilidad
1959	Hartman	Fuente de autoridad formal
1961	MacClelland	Asunción de riesgo; necesidad de logro

1963	Davis	Ambición deseo de independencia, responsabilidad, autoconfianza
1964	Pickle	Impulso, inteligencia, relaciones humanas, habilidad de comunicación, conocimiento técnico
1971	Palmer	Valoración de riesgo
1971	Hornada y Aboud	Necesidad de logro, autonomía, agresividad, poder, reconocimiento; innovación e independencia
1973	Winter	Necesidad de poder
1974	Borland	Locus de control interno
1974	Liles	Necesidad de logro
1977	Gasse	Orientación al valor personal
1978	Timmons	Impulso y autoconfianza, orientado a las metas, asunción moderada de riesgos, locus de control, creatividad e innovación
1980	Sexton	Enérgico y ambiciosos, extrae lo bueno de las derrotas
1981	Welsh y White	Necesidad de control, búsqueda de responsabilidad, autoconfianza/ impulso, asunción de retos, asunción moderada de riesgos
1982	Dunkelber y Cooper	Orinecían de crecimiento y a la independencia
1982	Schere	Tolerancia a la ambigüedad
1967	Bergley y Boyd	Tolerancia a la ambigüedad, relación curvilínea entre asunción de riesgos y logros de beneficios.

Fuente: Furham (1995).

Furham (1995) en la tabla anterior hace un recuento de las características del emprendedor desde 1848 hasta 1987, en donde muestra la opinión de varios autores investigadores en cuanto a las características que resultan ser más importantes para explicar la actitud emprendedora dentro de las que se

encuentran más presentes son la: necesidad de logro, innovación, tolerancia a la ambigüedad, autoconfianza, responsabilidad e impulso.

Dentro de las características que se han investigado en estudios actuales se encontró las aportaciones de Amaru (2008) las cuales se mencionan a continuación:

- ✓ Creatividad: es una persona que tiene la capacidad de idealizar y realizar cosas. Piense en cualquier individuo emprendedor que usted conozca lo identificara por sus capacidades de imaginar y hacer que las cosas sucedan. Otras personas, por el contrario, pueden ser solo creativas o solo emprendedoras, pero no cuentan con habilidades de combinar estas dos características básicas de comportamiento.
- ✓ Disposición para asumir riesgos: iniciar un negocio significa tener la certeza sobre los gastos: la inversión inicial en las instalaciones, las rentas, salarios, los impuestos. A pesar de esto no hay respuesta alguna a los ingresos. Una persona que inicia un negocio está corriendo un riesgo. arriesgar significa tener el valor de enfrentar la posibilidad de un fracaso o pérdida. Las recompensas son inciertas solo las dificultades son variables, pero el emprendedor está dispuesto a superarla, la tendencia asumir riesgos es una característica básica del comportamiento de quienes se dedican a la actividad empresarial.
- ✓ Perseverancia y optimismo: el emprendedor tiene un compromiso con su prosperidad. Sabe que la supervivencia depende de la persistencia de su esfuerzo para enfrentar riesgo y dificultades. Algunos testimonio emprendedores exitosos hacen hincapié en el trabajo arduo y continuo para que la empresa funcione. Eso en ocasiones significa hacer sacrificios personales y esfuerzos extras.

- ✓ Sentido de independencia: son personas que prefieren depender de su capacidad de enfrentar la incertidumbre que trabajar para otros les gusta ser autónomos mantienen sus puntos de vista aun frente a la posición o resultados desalentadores; así mismo, expresan confianza en su capacidad de completar tareas difíciles y enfrentar desafíos.

1.6 Espíritu emprendedor

Ahora bien, espíritu emprendedor se entiende como algo inmaterial dotado de razón, o el alma irracional de nuestro ser, o bien, un don o virtud o quizá sea el principio generador y la esencia de una cosa. Así lo definen varios autores:

Cole (s.f) lo define como la actividad llena de propósitos (incluyendo una secuencia integrada de decisiones) de un individuo ó de un grupo de individuos asociados, comprometidos a iniciar, mantener y agrandar una unidad de negocios que se oriente hacia la obtención de ganancias para la producción y distribución de bienes económicos o de servicios. La anterior definición está cuidadosamente enmarcada en el campo de la actividad de cualquier organización orientada a obtener ganancias en el mercado.

Por su parte Kirzner (1973) citado por Alarcón (2004) define el espíritu emprendedor como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales, y explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio sin explotar procedentes de una mala asignación de recursos. Ese estado de alerta dependerá del deseo por parte de la persona de convertirse en empresario y de la intención que tenga para hacer realidad ese deseo.

Bussines (1999) afirma que “el espíritu emprendedor se celebra más, se estudia más y es más deseable que nunca”; aunque con frecuencia este entusiasmo va acompañado por una fe ciega en un modelo donde además del espíritu

emprendedor se necesita conocimientos directivos, saberes técnicos y administrativos. Puesto que el espíritu emprendedor es una palabra compuesta que está formada por motivos y acciones por lo tanto es la causa, razón o suceso que incita, anima y exhorta.

Espíritu emprendedor es arroyar con ímpetu, valor, energía y agudeza el reino de la imaginación, ingenio, vivacidad, fantasía e ir en pos de las ideas, siendo competente y siendo capaz de hacer que las cosas sucedan.

Según Sérvulo (2003) hace mención que para desarrollar el espíritu emprendedor es necesario:

- Hacer las cosas, no buscar excusas ni razones para demostrar que no se puede hacer.
- Levantarse con más fuerza cada vez que se caiga, nunca se empece en buscar el motivo de tu fracaso.
- Se dignó, consciente, responsable de tus actos.
- Se creador de algo, un hogar, una empresa.
- Entiende que el trabajo honrado y bien habido, no es una necesidad ni sacrificio, sino un privilegio y oportunidad que nos brinda la vida.
- Sueña con algo, hazlo y descubre lo especial y únicos que somos, sean siempre positivos.

1.6.1 Factores que favorecen el nacimiento de un espíritu emprendedor

Según Gutiérrez, Amador y López (2010) mencionan que el espíritu emprendedor es innato y es algo que puede ser aprendido, al respecto debe tenerse en cuenta que muchas personas empezaron a ser emprendedores por la necesidad de generar ingresos para el sustento de sus familias, otras en cambio tras realizar estudios, emplearon energía y esfuerzo en aplicar en la vida real los conocimientos aprendidos. Más allá de las circunstancias que puedan generar el

surgimiento de un emprendedor, será el camino que éste transite el que lo validará como tal.

Gutiérrez et al (2010) mencionan que los factores idóneos para el surgimiento del espíritu emprendedor son: la libertad, la educación, el entorno y un fortalecido escenario institucional, los cuales se explican a continuación:

- ❖ La libertad: es uno de los componentes para el nacimiento de un espíritu emprendedor, teniendo en cuenta que la actitud de todo emprendedor involucra comenzar, investigar, arriesgarse, las mismas sólo son posibles en un ambiente de libertad, pues sólo él puede dar la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, para así realmente poder aprovechar las oportunidades.
- ❖ La educación: es otro factor que sin duda alguna ejerce una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor pues permite avizorar las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.
- ❖ El entorno o el medio en el que se desempeña un emprendedor: es uno de los factores también importantes, en el sentido de que es ahí donde se desarrolla el emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente donde es más bien coartado. El tiempo y el esfuerzo que establezcan los emprendedores lograrán conseguir cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora.
- ❖ El escenario institucional: resulta primordial para favorecer el nacimiento del espíritu emprendedor debido a que regula las actividades económicas y sociales, siendo indispensable un escenario sólido que logre proyectar un futuro con reglas

claras establecidas, además de generar un acceso a la información ya que ésta es fundamental para la toma de decisiones.

1.7 Tipos de emprendedor

Schollhammer (1980), divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades.

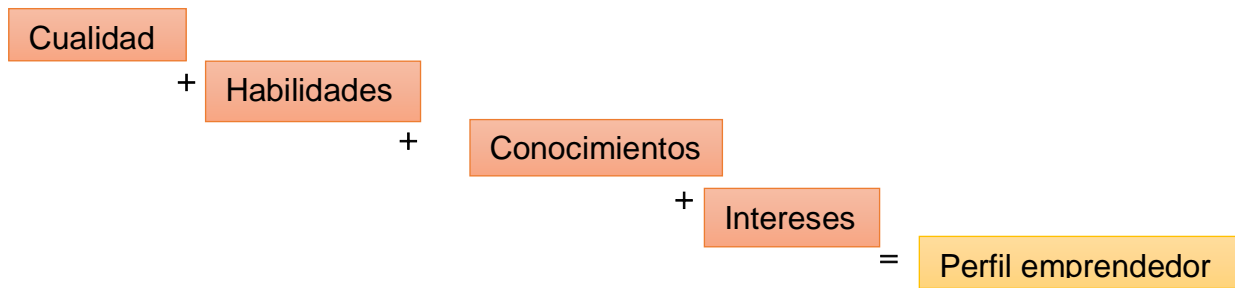
- ✓ El **emprendedor administrativo**: Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- ✓ El **emprendedor oportunista**: Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que lo rodean.
- ✓ El **emprendedor adquisitivo**: Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer mejorando lo que hace.
- ✓ El **emprendedor incubador**: En su afán por crear y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.
- ✓ El **emprendedor imitador**: Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos

1.8 Perfil del emprendedor

Un perfil es una descripción narrativa, grafica en forma de tabla o mediante otra representación, de la medida en que una persona ha demostrado ciertas características sugeridas como resultado de la administración o aplicación de una herramienta de evaluación.

De acuerdo con Cohen y Swedilk (2006) el término de perfil de la personalidad, las características seleccionadas son de manera común rasgos, estatus o tipos.

Lerma (2007) establece este esquema para determinar el perfil del emprendedor.



Otras aproximaciones, reconocidas para comprender el perfil del emprendedor realizadas por los siguientes autores son:

La red alfa capacidad emprendedora (1996) menciona que las características para un perfil emprendedor son:

- * creatividad e innovación
- * capacidad para asumir riesgos
- * responsabilidad
- * altruismo
- * autoconfianza
- * honestidad
- * comunicación
- * liderazgo y coordinación
- * negociación

Leite (2000) menciona que el perfil emprendedor requiere de:

- ∞ alta necesidad de realización
- ∞ elevados niveles de energía
- ∞ asume riesgos
- ∞ autoconfianza
- ∞ sabe resolver problemas
- ∞ desapego emocional
- ∞ necesidad de status
- ∞ necesidad de satisfacción personal

Para Timmons (1994) citado por García, Garza y Morrison (2002) mencionan que las características que deben predominar en el perfil emprendedor son:

- ✓ liderazgo
- ✓ motivación por superarse
- ✓ obsesión por la oportunidad
- ✓ creatividad, confianza en sí mismo
- ✓ tolerancia al riesgo, la ambigüedad y la incertidumbre
- ✓ compromiso y adaptabilidad

En un estudio realizado por March (1991) menciona que cuyos resultados del perfil emprendedor innovador, presenta los siguientes atributos:

- ❖ apertura a nuevas ideas y una clara voluntad de aprender.
- ❖ confianza en sí mismo y coraje para luchar.
- ❖ absoluta certeza sobre la validez de la idea de empresa.
- ❖ visión del negocio en el largo plazo.
- ❖ conciencia de las implicaciones que conlleva ser emprendedor.
- ❖ disfruta siendo emprendedor.

Un auténtico emprendedor innovador debería apreciar la gestión de su propia empresa, disfrutar el entorno creado dentro de la nueva compañía y asumir el papel de director de un proyecto común.

A continuación se describen distintos estudios actuales desde el 2005 hasta el 2013 que explican distintos resultados de acuerdo a la actitud emprendedora en la tabla 2.

Tabla 2. Estudios empíricos que miden la actitud emprendedora en universidades

<u>Autor</u>	<u>Título</u>	<u>Objetivos</u>	<u>Metodología</u>	<u>Variables</u>	<u>Resultados</u>
Kraus (2005)	Las actitudes emprendedoras en estudiantes de la universidad católica del Uruguay.	Medir la actitud emprendedora de los estudiantes de la universidad de Uruguay.	La muestra fue de los alumnos egresados del 2003 de los 510 egresados, se aplicó a 391 el cuestionario para la obtención del cuestionario para la evaluación de cada una de las preguntas se utilizó una escala Likert, una prueba Cronbach para medir la fiabilidad de la escala	Autoestima Necesidad de logro y planificación Control interno Innovación Riesgo	Obtuvo como resultado que los alumnos de carreras empresariales se inclinan más por la creación de empresas. Dentro de las actitudes emprendedoras podemos encontrar con un mayor control interno percibido y planificación. Se puede apreciar que no por que el alumno cuente con un empresario directo en la familia él será poseedor de una actitud emprendedora.
Espíritu y Sastre (2007)	La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios Madrid España	Analizar si las universidades como organismo que podrían actuar como incubadoras de ideas de negocio, realmente están	Muestra un estudio empírico, eligió una población de los estudiantes universitarios matriculados en la universidad de la comunidad autónoma de	Características psicológicas: Necesidad de logro control interno Tolerancia a la ambigüedad Propensión al riesgo	En el análisis podemos observar de las variables que resultan significativas son familiares empresarios, ámbito donde han vivido, curso de creación de empresas, necesidad de logro, tolerancia a la ambigüedad, riesgo. En cambio la variable de

		<p>cumpliendo ese papel y están incentivando la actitud emprendedora entre sus estudiantes, a través de la organización de sus estudios y las medidas específicas que cometen</p>	<p>Madrid, por medio de muestreo aleatorio, población fue de 668 alumnos, posteriormente se recurrió al cuestionario para la obtención de la información.</p>	<p>Característica sociodemográficas: Edad Sexo Ámbito de desarrollo Antecedentes familiares Experiencia previa</p>	<p>experiencia previa no presentó una relación significativa. Se dice que la actitud emprendedora de los alumnos declina a medida que estos van avanzando su ciclo académico. Solo los rasgos de control interno y necesidad de logro obtuvieron una influencia significativa</p>
Díaz (2009)	<p>El desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios un estudio en la licenciatura en administración de la UNSE</p>	<p>Analizar las actitudes de los alumnos de 1 a 5 de la licenciatura de administración</p>	<p>Se basó en un método exploratorio- descriptivo, tomando una muestra de 52 alumnos, utilizando una entrevista semiestructurada, para evaluar las respuestas fue necesaria una escala Likert</p>	<p>Factores sociodemográficos: Edad Genero Procedencia cultural Ocupación del padre Nivel de educación Experiencia para crear una empresa Factores psicológicos: Motivación de logro Propensión al riesgo Capacidad de</p>	<p>El segmento de edad se ubica los 21 26 años. Originarios de Santiago del estero 767% la banda 8%, frasa6% Situación laboral, es bastante significativa, los alumnos que cursan el trayecto 1 a 3 años de la carrera no trabajan en promedio 70% mientras que en los alumnos de 4 y 5 años se invierten el 70% trabajan. Develo que los mismos alumnos consideran como muy importante la capacidad de organizar así como la de innovar para el desarrollo de la actitud emprendedora. Destacando importante la negociación y</p>

				<p>organizar Locus de control interno Capacidad de innovar Negociación y persuasión</p>	<p>persuasión, el control interno y la motivación para el logro. Según el año que cursan, esta valoración va modificando ya que los alumnos de 1 año deciden que la motivación al logro es importante. Los de 2 años opinan que la capacidad de innovar es importante. Mientras que los alumnos de 4 y 5 años dicen que la negociación y persuasión es la más importante, para el desarrollo de la actitud emprendedora así como el compromiso con la calidad y valoración el respeto por la diversidad cultural</p>
Mora (2009)	Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas (universidad Jorge Tadeo lozano) Colombia	Medir la actitud: cognitivo como emocional y comportamental.	Este estudio es de tipo exploratorio porque el objeto de estudio carece de investigación en el contexto. Se aplicó un cuestionario a 121 egresados	<p>Necesidad de logro Innovación Control percibido interno Autoestima Riesgo</p>	<p>Se encontró que el factor de autoestima: fue uno de los más elevados, innovación: fue el segundo factor más elevado 85,92%. Lo cual señala que los emprendedores de la (UJTL) rara vez siguen instrucciones, está permanentemente buscando nuevas formas de realizar las cosas. Motivación de logro: ocupa un tercer lugar con un 84,25% señala que siente apasionados por observa que su trabajo se</p>

					<p>encuentra entre los mejores.</p> <p>Hay un punto de comparación tanto interno como externo, existe orgullo por los resultados alcanzados, satisfacción por el esfuerzo.</p> <p>Control percibido interno: indica que tomar sus propias decisiones, procediendo a llevarlos a buen término y además intenta prever los acontecimientos del entorno. Fue de un 78.27% lo cual indica que propende por mejorar sus acciones y tiene menos emociones negativas ya que sus estrategias se encuentran más orientada a la tarea que a la emoción.</p> <p>Riesgo: el más bajo de los factores con un 62.2% lo que indica cierta aversión al riesgo.</p>
Cáceres y Cohene (2010)	Actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad nacional de Itapúa	Analizar la actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad	Utilizan un método analítico-sintético manejando una encuesta semi-estructurada para variables cuantificables, se aplicó una muestra de 85 alumnos, 10 docentes, 2 directivos, para evaluación de los	Estudiantes: Deseo Intención Viabilidad Antecedentes familiares Rol de la fa CEA Docentes: Métodos y técnicas	El deseo la intención y la viabilidad percibida por estudiantes para crear una empresa un 98% contestaron afirmativamente. Se deduce que efectivamente los estudiantes tienen el deseo de contar con su propia empresa, referente a la viabilidad (dificultad) se puede deducir que los alumnos

		nacional de Itapúa	resultados se utilizó una escala Likert	de enseñanza Percepción del deseo o intención de crear empresas por los estudiantes Percepción del rol que cumple la fa CEA en el momento de una actitud emprendedora	consideran difícil crear una empresa hoy en día. Reconocer el rol de la fa CEA para potenciar la actitud emprendedora conforme a lo expuesto a los estudiantes como profesores. Se concluye que la fa CEA proporciona a los estudiantes los conocimientos, herramientas necesarias para llevar adelante su propia empresa. La relación que existe entre variables, antecedentes familiares, con el deseo, la viabilidad, el deseo y la intención de crear nuevas empresas de parte de los encuestados
Pulgarin (2011)	Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario (Bogotá).	Identificar cual es el perfil o comportamiento como emprendedores	Se estableció una muestra representativa de 325 personas, se requirió de un instrumento donde mide variables sociodemográficas y características de comportamiento se evaluó con una escala Likert de 1(nunca es cierto)al 5(siempre es	Necesidad de logro: Ser persistente Buscar oportunidades e iniciativas, buscar riesgos calculados, exigir eficiencia y calidad, cumplir sus compromisos, necesidades de afiliación:	Dentro de los resultados se encontraron tres características con mayor calificación fueron las siguientes: fijar metas, exigir eficiencia y calidad y cumplimiento. Las características que mostraron menor calificación son correr riesgo, persuasión de redes de apoyo

			cierto) obteniendo su alfa de Cronbach para su fiabilidad o confianza	Planificar sistemáticamente Buscar información Fijar metas Necesidad de poder: ser persuasivo y construir redes de apoyo Autoconfianza e independencia	
Roberto espíritu (2011)	Análisis de la intención emprendedora en estudiantes universitarios a través de los rasgos de personalidad	determinar la importancia que tienen los rasgos psicológicos de personalidad riesgo, necesidad de logro, locus de control interno y propensión al riesgo en la intención Emprendedora de estudiantes universitarios.	Se utilizó una muestra representativa de 333 alumnos de las carreras de Contador Público y Licenciado en Administración de la Universidad de Colima en México. Tipo de estudio correlacional. Para la validación del cuestionario se utilizó el programa estadístico SPSS versión 15.	Variable dependiente: intención emprendedora Variables independientes: factores psicológicos: necesidad de logro Control interno Propensión al riesgo	El resultado muestra una alta relación positiva significativa de los tres rasgos de personalidad con respecto a su intención de crear su propia empresa por parte de los estudiantes. Referente a los resultados de las variables psicológicas se encontró que el factor de necesidad de logro reflejo positivamente en los alumnos, ya que los que son poseedores de estos rasgos tienen fuerzas impulsoras que los mueven hacer cosas con eficiencia y excelencia, buscando alta responsabilidad en su desempeño. La variable de control interno represento un nivel alto altamente significativa esto

					indica que los alumnos tienden atribuir el éxito y el fracaso, también manifiestan interés por asumir tareas difíciles. Con respecto al factor de propensión al riesgo se posiciono en un nivel positivo es decir que los estudiantes les agrada asumir riesgos son personas que tienen mucha iniciativa.
López (2012)	Influencia que tiene la edad de los estudiantes en la actitud emprendedora	Analizar la Influencia que tiene la edad de los estudiantes en la actitud emprendedora	La investigación tiene un carácter tanto cuantitativo, persiguiendo un enfoque exploratorio y descriptivo de tipo transversal múltiple como las técnicas estadísticas utilizadas correlación de las variables de Person y prueba de chi-cuadrada. Se basó en un muestreo aleatorio estratificado tomando una muestra de 215 alumnos que se encuentran estudiando el último y primer año académico. Maneja un	Edad	La edad promedio de los jóvenes interesa en crear una empresa propia es de 20 a 25 años, jóvenes estudiantes o recién egresados manifestaron el deseo (89.34%) La viabilidad (58%) y la intención un (33%). El centro de negocios instalado en el centro de Nayarit pretende incentivar la noción en el ámbito de la creación de empresa entre los estudiantes universitarios.

			método cuantitativo a través de un programa spss 11.00		
Rueda (2012)	Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la universidad de Cantabria	El estudio de la actitud emprendedora de los alumnos universitarios	Se basó en la aplicación de una encuesta para obtención de información esta se encuentra estructurada por 9 bloques, utilizo un método de muestreo basado en convivencia y cuotas, manejando una población de 764 alumnos matriculados en primero y ultimo cursos de los estudios de administración y dirección de empresas y economías. Periodo académico (2010-2011) Posteriormente se aplicó una prueba de chi-cuadrada de Person, para comprobar la relación que existe entre la variable pensar seriamente en crear una empresa propia.	Intención emprendedora Atracción hacia profesiones Valoración social de emprendedor Habilidades específicas para emprender Formación y experiencias Motivos y frenos para la creación de una empresa propia Contactos empresarios Educación en el espíritu emprendedor Datos generales	El 78% de los alumnos revelaron crear su propia empresa. El 45% lo han hecho vagamente, solo un 13.1% tiene firme de llevarlo a cabo. Los alumnos que tienen el firme propósito de crear su propia empresa le dan una valorización mayor a la satisfacción personal que les suponía ser empresarios, al hecho de tener oportunidad y los recursos necesarios para llevar a cabo sus ideas de negocios así como la aprobación de su actitud por parte de sus amigos.

Jorge (2013)	Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios	Determinar que factor influye en la intención emprendedora en los estudiantes universitarios de la licenciatura y grado de administración y dirección de empresa	Este autor utilizo como instrumento descriptivo la encuesta, la muestra se basó a 331 estudiantes de último año de quinto (LADE) y cuarto (GADE) del año académico 20112-2013 de la facultad de economía dirección de empresas y turismo, 190(LADE) 141(GADE).	Intención emprendedora: edad Año de la carrera genero Tradicón emprendedora características personales propensión del empresario, tipo de estudio y curso.	La variable de intención emprendedora, presenta diferentes niveles de intensidad en cada una de sus etapas. Las características personales revelan que los alumnos en términos de mayor edad, género masculino y la existencia de algún familiar empresario han resultado ser explicativas de la intención emprendedora. Para los alumnos (GADE) la mayor valoración personal emerge como un factor significativo. El mayor tiempo de estudio en la realización de la carrera y la percepción de la figura del empresario por parte del alumno no resulta ser influyente.
--------------	--	--	--	---	---

Fuente: elaboración propia

Espíritu y Sastre (2007) por su parte en uno de sus estudios analizaron si las universidades como organismos que podrían actuar como incubadoras de ideas de negocio, realmente están cumpliendo ese papel y están incentivando la actitud emprendedora entre sus estudiantes, a través de la organización de sus estudios y las medidas específicas que cometen.

En cambio Pulgarin (2011) en su estudio ha señalado como resultado un perfil de emprendedor en los estudiantes, donde tres de las características indican un nivel alto como lo son: fijar metas exigir eficiencia y calidad, cumplimiento. Por el contrario las otras dos características del perfil del emprendedor que se visualizaron en un nivel bajo son: correr riesgo, persuasión de redes de apoyo, debido a que los estudiantes se ven fuertemente afectados por el temor para asumir riesgos. Su instrumento de medición fue clasificado en dos apartados el primero en variables sociodemográficas, el siguiente en categorías correspondientes en 10 características de comportamiento. Se estableció una muestra representativa de 325 personas.

En cuanto a las variables de estudio que empleo Kraus (2005) fueron autoestima, control percibido interno, innovación, motivación de logro, riesgo.

Al igual que Espíritu (2011) en su trabajo determino la influencia de los rasgos psicológicos de personalidad, riesgo, control interno y necesidad de logro.

Para Mora (2009), las variables de estudio fueron (necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima y riesgo).

1.9 Actitud Conceptos generales

Uno de los mayores atractivos del tema de las actitudes es conocer qué son, cómo se forman, cómo cambian y cómo se relacionan con el comportamiento y con la posibilidad de influencia y control de las conductas individuales y colectivas.

A continuación se ofrece una panorámica del concepto general de actitud, una selección de las más destacadas citados por Aigner, (2012) podrían ser:

- Thomas y Znaniecki (1918) es una tendencia a la acción.

- Thurstone (1928) es la suma de las inclinaciones, sentimientos, prejuicios, sesgos, ideas preconcebidas, miedos, amenazas y convicciones acerca de un determinado asunto.
- Chein (1948) es una disposición a evaluar de determinada manera ciertos objetos, acciones y situaciones.
- Krech y Krutchfield (1948) es un sistema estable de evaluaciones positivas o negativas, sentimientos, emociones y tendencias de acción favorable o desfavorable respecto a objetos sociales.
- Newcomb (1959) es una forma de ver algo con agrado o desagrado.
- Sarnoff (1960) es una disposición a reaccionar de forma favorable o desfavorable.
- Secord y Backman (1964) son ciertas regularidades en los sentimientos, pensamientos y predisposiciones a actuar respecto a algún aspecto del entorno.
- Sherif y Sherif (1965) son las posiciones que la persona adopta y aprueba respecto a objetos, asuntos controvertidos, personas, grupos o instituciones.
- Rokeach (1968) es una organización, relativamente estable, de creencias acerca de un objeto o situación que predispone al sujeto para responder preferentemente en un determinado sentido.
- Triandis (1971) es una idea cargada de emotividad que predispone a una clase de acciones ante una clase particular de situaciones sociales.
- Fazio y Roskos-Ewoldsen (1994) son asociaciones entre objetos actitudinales (prácticamente cualquier espectro del mundo social) y las evaluaciones de estos objetos.

El término actitud es hoy muy utilizado, y en un lenguaje usual se entiende como una postura que expresa un estado de ánimo o una intención, o, de una forma más general, una visión del mundo.

Dentro del campo de la psicología el autor más conocido e influyente ha sido Allport (1935) que define la actitud como “estado mental y neural de disposición

para responder, organizado por la experiencia, directiva o dinámica, sobre la conducta respecto a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona. Esta definición resalta que la actitud no es un comportamiento actual, es una disposición previa, es preparatoria de las respuestas conductuales ante estímulos sociales.

A grandes rasgos, las definiciones de actitud podrían agruparse en tres bloques:

a) Definiciones de carácter social:

Los autores más característicos serían Thomas y Znaniecki (1918) Para estos autores, las actitudes serían reflejo a nivel individual de los valores sociales de su grupo. Las actitudes se reflejarían en patrones conductuales propios de los miembros de un grupo y que regulan las interacciones entre ellos. Citado por Aigner (2012).

b) Definiciones conductuales:

Cronológicamente, a lo largo de la historia de la psicología, son las siguientes en aparecer: el conductismo entra con fuerza en la Psicología Social. Para los autores conductistas la actitud es la predisposición a actuar o responder de una forma determinada ante un estímulo u objeto actitudinal. Dentro de la perspectiva conductista destacamos a Bem (1967) el cual define la actitud como estilo particular de respuesta verbal en la cual el sujeto no describe su ambiente privado interno, sino su respuesta pública habitual, accesible a observadores externos.

c) Definiciones cognitivas:

Son las últimas en aparecer, hacia la década de los 50, coincidiendo con el cambio de paradigma del conductismo al cognitivismo. Citado por Sastre (s.f).

Fazio (1992) define la actitud como una asociación entre un objeto y su evaluación, siempre que hablamos de actitud, necesitamos un objeto (material, idea, colectivo, objetivo social) hacia el que dirigir, nuestra actitud (objeto actitudinal).

1.10 Actitud emprendedora

La actitud emprendedora se trasluce en una voluntad constante de iniciar y de organizar teniendo en cuenta los recursos disponibles para atender a los resultados correctos independientemente de la actividad donde se desarrolla.

Además el emprendedor reúne una serie de habilidades, cualidades, capacidades psíquicas e intelectuales que interactúan para establecer un equilibrio en el desempeño exitoso y cumplir con la definición que se entiende de emprendimiento.

La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla. En ella intervienen los factores psicológicos. Muchos investigadores han estudiado la teoría sobre actitudes tanto desde el punto de vista práctico como teórico y han coincidido en que es beneficioso para estudiar al emprendedor. (Quintero, 2007).

Muchos investigadores han estudiado la teoría sobre actitudes tanto desde el punto de vista práctico como teórico y han coincidido en que es beneficioso para estudiar al emprendedor.

Robinson (1987) entiende que las actitudes son las que realmente determinan el perfil emprendedor. Considera que las actitudes son menos estables que los rasgos de la personalidad ya que cambian a través del tiempo y se modifican con la interacción con el entorno. La proporción en que varían depende de cuán profundamente está la actitud arraigada en el individuo, identificada con su identidad y de cuán intensa ha sido la experiencia que logró modificarla. Esta posibilidad de cambiar ha dejado un problema en la consistencia de las mismas para predecir comportamientos, en especial cuando se las mide en forma genérica.

Al tener como objetivo analizar las actitudes emprendedoras de los estudiantes es muy importante entender su composición. Según Triandis (1974), dentro de los componentes de las actitudes encontramos:

- ✓ **El componente cognitivo** que radica en las creencias y pensamientos que posee el individuo con respecto a objeto específico de esa actitud. Es la idea.
- ✓ **El componente afectivo** que consiste en el sentimiento positivo o negativo que le produce dicho objeto. Es la emotividad que impregna la idea.
- ✓ **El componente comportamental** que comprende las intenciones y predicciones de comportamiento que produce el objeto. Citado por Krauss (2005).

Según Ajzen (1991), la actitud hacia la conducta de crear empresa tiene una evaluación que puede ser favorable o desfavorable por parte del mismo emprendedor, es decir, si la persona evalúa favorablemente la acción de crear empresa, tiene uno de los tres determinantes de la intención para convertirse en acción, de acuerdo con la teoría de conducta planificada. El segundo predictor para la conducta de creación de empresas son las normas subjetivas que hace relación a la percepción, que tiene el emprendedor, de la presión social para llevar a cabo la creación o no de dicha empresa. Y el último predecesor de la intención es la percepción de control conductual, en la cual el emprendedor no muy exigente en dedicación, no hacen parte de aquellas cosas que podrían esperarse de la labor emprendedora.

Existe consistencia entre lo que desean los universitarios colombianos de su desempeño y lo que creen que una empresa propia puede ofrecerles". También los atributos relevantes para una buena calidad de vida (estabilidad laboral y tiempo con amigos, familiares y de ocio) pueden lograrse a través del emprendimiento

CAPÍTULO 2 FACTORES PSICÓLOGOS

Los estudios sobre la personalidad del individuo y su conducta hacia la creación de empresas, han enfatizado que ciertos factores psicológicos estimulan a las personas a crear una empresa, estos factores pueden ser como la necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

2.1 Factor necesidad de logro

La necesidad de logro es concebida como el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas. Se ha relacionado con la probabilidad de convertirse en fundadores y de estar motivados para alcanzar el éxito, siendo McClelland (1961) el autor de referencia. Es una actuación individual mediante la cual se adquieren unas cualidades o características determinadas citado por Ibáñez (2001).

Para Ong e Hishamuddin (2008) una alta necesidad de logro favorece la actitud positiva hacia la creación de empresas ya que las personas que la poseen, tienen un mayor control percibido interno, muestran un estilo de trabajo y dirección más emprendedora que de gestión y tienen más ideas de negocio, que además son más innovadoras. Las personas que tienen una alta necesidad de logro, son aquellas que quieren solucionar los problemas para alcanzar las metas que se han propuesto y luchan por conseguirlas a través de su propio esfuerzo. En su estudio, los anteriores autores exploran el perfil emprendedor con estudiantes universitarios que están próximos a concluir sus estudios, encuentran una relación positiva de dicho rasgo sobre las intenciones de crear su propia empresa.

Autores como García (2008), Hampton et al. (1989), Trechera (2005) y Valdés (2005) mencionan que las personas con una alta necesidad de logro presentan características como las siguientes:

- Les gustan las situaciones en las que pueden tomar personalmente la responsabilidad de encontrar la solución a los problemas.
- Tienden a fijarse metas moderadas y a tomar riesgos calculados.
- Desean una retroalimentación concreta acerca de qué tan adecuadamente se están desempeñando.
- Se distinguen por intentar hacer bien las cosas, tener éxito, incluso por encima de las recompensas.

Asimismo, Hornaday y Bunker (1970) citado por Espiritu (2007) mencionan que la necesidad de logro es considerada como la primera de las características que debe poseer un emprendedor, pues le hace ser una persona que afronta grandes obstáculos para lograr su objetivo.

Gürol y Atsan (2006) argumentan que las personas que tienen una alta necesidad de logro, son aquellas que quieren solucionar los problemas para alcanzar las metas que se han propuesto y luchan por conseguirlas a través de su propio esfuerzo. En su estudio, los anteriores autores exploran el perfil emprendedor con estudiantes universitarios que están próximos a concluir sus estudios, encuentran una relación positiva de dicho rasgo sobre las intenciones de crear su propia empresa.

Para Lee y Tsang (2001) la necesidad de logro es un rasgo de la personalidad que tiene un mayor impacto sobre el desempeño de la inversión de los empresarios o crecimiento de la empresa.

En consecuencia, en los estudios realizados con anterioridad se muestra que el rasgo necesidad de logro es una característica que poseen los empresarios y aquellos que tienen intenciones de crear su propio negocio. Por tal razón, si se quieren conseguir logros personales es necesario que se tenga vigor y energías excepcionales que habitualmente se presume en el empresario.

Maslow (1975) propuso una jerarquía de cinco necesidades innatas que activan y dirigen el comportamiento humano. Estas son las necesidades fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor, de estima y de autorrealización, que son muy

importantes en el proceso de desarrollo del individuo, las cuales se muestran a continuación:

1. Necesidades fisiológicas

Cuando no se satisfacen las necesidades básicas de comida y abrigo, las necesidades superiores, como las de estima y autorrealización, son menos importantes. Pero una vez que son satisfechas, deja de motivar a la persona. Las necesidades fisiológicas tienen más impacto personal como fuerza motivacionales en las culturas en que la supervivencia básica es una preocupación cotidiana. Como una necesidad que ha sido gratificante deja de motivar la conducta, las fisiológicas cumplen una función mínima para la mayoría de nosotros.

2. Necesidades de seguridad

Según Maslow son pulsiones importantes para infantes y adultos neuróticos. Los adultos emocionalmente sanos usualmente han satisfecho sus necesidades de seguridad, una condición que demanda estabilidad, seguridad y libertad del temor y la ansiedad.

Señala que si bien casi todos los adultos han satisfecho las necesidades de seguridad, estas siguen teniendo impacto en el comportamiento. Muchos de nosotros elegimos lo predecible sobre lo desconocido; preferimos el orden al caos. Esta es la razón por la cual ahorramos para el futuro, compramos seguros y optamos por permanecer en un empleo estable en lugar de arriesgarnos a una nueva aventura.

3. Necesidades de pertenencia y amor

Una vez que hemos satisfecho bien nuestras necesidades fisiológicas y de seguridad, atendemos las de pertenencia y amor. Estas necesidades pueden expresarse a través de relaciones cercanas con un amigo o compañero mediante relaciones sociales formadas dentro de un grupo. Las necesidades de permanencia se han vuelto cada vez más difíciles de satisfacer en nuestra sociedad de movilidad creciente. La necesidad de dar y recibir amor puede

satisfacer una relación íntima con otra persona, no iguala el amor con el sexo, que es una necesidad fisiológica, pero reconocía que la sexualidad es una forma de expresar la necesidad de amor. El fracaso para satisfacer las necesidades de amor es una causa fundamental para el desajuste emocional.

4. Necesidad de estima

Una vez que nos sentimos amados y tenemos un sentido de permanencia podemos vernos impulsados por dos formas de la necesidad de estima. Requerimos sentir estima y respeto por nosotros mismos en forma de sentimiento de auto valía, y recibirlo de otras personas, en forma de estatus reconocimiento o éxito social. La satisfacción de la necesidad de autoestima nos permite sentir confianza en nuestra fortaleza, valor y adecuación, lo que nos ayudara a volvernos más competentes y productivos en todos los aspectos de nuestra vida. Cuando carecemos de autoestima nos sentimos inferiores, desesperanzados, desanimados y con poca confianza en nuestra capacidad de afrontamiento.

5. Necesidad de autorrealización

La necesidad más elevada de la jerarquía de la autorrealización depende de la realización y satisfacción máxima de nuestros potenciales, talentos y habilidades. Aunque una persona puede satisfacer todas las otras necesidades de la jerarquía, si no se auto realiza permanecerá inquieta, frustrada y descontenta.

El proceso de autorrealización puede adoptar muchas formas, pero cada persona, independientemente de su ocupación o interés, es capaz de llevar al máximo las habilidades personales y alcanzar el pleno desarrollo de la personalidad. La autorrealización no se limita a las súper estrellas creativas e intelectuales. Lo que importa es realizar el potencial personal al más alto nivel posible cualquiera que sea la empresa elegida.

Se requieren varias condiciones para que podamos satisfacer las necesidades de autorrealización, según Maslow (1970):

1. Debemos estar libres de las restricciones impuestas por la sociedad y por nosotros mismos.

2. No debemos ser distraídos por la necesidad de orden inferior.
3. Debemos estar seguros de nuestra autoimagen y de las relaciones con otras personas; debemos ser capaces de amar y a la vez ser amados.
4. Debemos tener conocimiento realista de nuestras fortalezas y debilidades virtudes y defectos.

2.2 Factor de innovación

A lo largo de décadas se ha definido la innovación de diversas formas, donde cada autor enfatiza los aspectos que considera relevantes. A modo de ejemplo, según López, Montes, Prieto y Vázquez (2004).

Es una nueva idea que se emplea para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio (Robbins & Judge, 2011). De esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente. La innovación según Vesga (2009) 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.

No es sólo tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que sea valorada por algún grupo de interés. La creación, unidad a la innovación, genera productividad a las diversas organizaciones.

La innovación puede definirse como la introducción de un nuevo producto, proceso, método de comercialización o método organizativo, en las prácticas internas de una empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (OCDE, 2005).

Esta definición fue desarrollada por el Manual de Oslo, el cual es la principal referencia para definir, catalogar y homologar los criterios de las actividades innovadoras en una economía y ha sido adoptado por gobiernos e instituciones internacionales. Sin embargo, a través del tiempo, el término de innovación ha

sido ampliamente discutido lo cual ha generado varios puntos de vista al respecto y ha llevado a que en la actualidad no se ha establecido un consenso. La visión que ofrece el Manual sobre la innovación es deliberadamente amplia y, a pesar de las diferencias sobre su definición, fundamentalmente la innovación se entiende como un proceso cuya finalidad es la resolución de un problema. Entre las características de este proceso se destacan las siguientes (OCDE, 2005):

- Relacionarse con la incertidumbre: El innovar se relaciona con realizar actividades que no tienen antecedentes. El desarrollar y comercializar un conocimiento de esta naturaleza expone al innovador no sólo al riesgo de fracasar, sino que aún alcanzado el éxito, puede ser imitado por un tercero (Rodrick, 2004).
- Requiere la inversión de recursos: Un innovador necesita invertir bienes tangibles e intangibles (investigación, salarios, servicios, tiempo, etc.) para realizar las actividades de creación y comercialización de conocimiento.
- Puede producir externalidades: Los beneficios de una innovación rara vez son apropiados en su totalidad por el innovador. Al lanzar su producto o servicio en el mercado, sus competidores pueden beneficiarse ya que es más barato imitarlo o copiarlo que desarrollarlo. Por ende, aquellos que innovan generalmente enfrentan un riesgo intrínseco mayor al de la población general.
- Provee una ventaja comparativa: El innovar hace posible que las empresas e individuos obtengan una ventaja comparativa al poder utilizar un conocimiento que incremente la calidad de sus productos, abra nuevos mercados o reduzca costos.

2.3 Factor control percibido interno

Para que los emprendedores se sientan motivados por conseguir sus metas de negocio deben tener un control de las decisiones que toman para conseguir dichos objetivos. La percepción que una persona tiene sobre la fuente de su destino se conoce como locus de control o control interno, de donde Casique & López (2007)

señalan que es el grado con que la persona cree controlar los eventos y acontecimientos de la vida cotidiana, es decir, es una creencia articulada como predecir y estructurar el mundo que lo rodea.

A lo que Para Lee y Tsang (2001), el control interno es otra de las cualidades imprescindibles que deben poseer los emprendedores, ya que deben tener un control de la decisión que toman para poder lograr sus objetivos, ya que en ocasiones, algunos empresarios tienden a subestimar la probabilidad del fracaso y decidir a favor de las opciones arriesgadas.

De acuerdo a Cano et al. (2004), o Gürol y Atsan (2006), la toma de decisiones bajo riesgo para afrontar situaciones inciertas, está muy relacionada con la actividad empresarial, es por eso que aquellos estudiantes universitarios que determinen elegir la carrera empresarial, tendrán que diferenciarse del resto de las personas en general, asumiendo los riesgos en una proporción mayor. En sus estudios con estudiantes universitarios, los anteriores autores encontraron que dicho rasgo influye en la actitud emprendedora de los estudiantes con intenciones de crear su propia empresa, corroborando sus argumentos propuestos.

La situación y que tan necesario es que tengamos control en esa situación ¿es importante para mí el hecho de que tengamos control en esa situación? Es obvio que si la situación no es importante para nosotros, entonces es irrelevante si tenemos control sobre ella.

De esta forma, si el control percibido interno o externo no se aplica a todas las situaciones, entonces el locus de control puede no ser un rasgo de personalidad generalizado independiente de la situación estímulo. Podemos tener necesidad de creer en nuestra capacidad de ejercer control solo en las situaciones que son importantes para nosotros, situaciones con un componente de valoración elevado.

2.4 Factor de autoestima

Según Robbins & Judge (2011), es el grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno. Cuando se habla de **autoestima** elevada

hay dos dimensiones relevantes que son la competencia y el valor. De esta forma la competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz y el valor hace referencia al grado en que la persona se siente a sí misma un individuo de valía (Cast & Burke, 2002).

El modelo de proceso dual (Epstein, 1994) en el cual propone la parte cognitiva y afectiva, dando relevancia al modo que se procesa la información para determinar la forma de autoestima: implícita procesos de experiencias afectivas y explícitas sistema cognitivo de análisis lógico y comentarios auto relevantes.

Autoestima también puede entenderse como:

- El juicio que hago de mí mismo.
- La sensación de que encajo y de que tengo mucho que dar y recibir.
- La convicción de que con lo que soy me basta para funcionar, y que no necesito incorporar nada nuevo a mi vida si no reconocer aspectos de mí que no he concientizado, para luego integrarlos.
- La reputación que tengo ante mí mismo.
- Una manera de vivir orientada hacia el bienestar, el equilibrio, la salud y el respeto por mis particularidades y por las de los demás (Yagosesky 1999).

Desde el punto de vista psicológico, puede decirse que:

Autoestima es el resultado del proceso de valoración profunda, íntima y personal que cada quien hace de sí mismo en todo momento, este o no consciente de ello. Este resultado es observable, se relaciona con nuestros sentidos de capacidad y merecimiento, es la vez causa de todos nuestros comportamientos.

Esto significa que:

- La autoestima surge de la autovaloración que hacemos consciente o inconscientemente.
- Es algo íntimo, personal y profundo en cada persona.
- Tiene manifestaciones que pueden observarse y detectarse.
- Se relaciona con el sentido de valor personal ¿Cuánto valgo?.
- Se relaciona con el sentido de capacidad ¿Qué puedo lograr?.
- Se relaciona con el sentido de merecimiento ¿Cuánto o que merezco de la vida?

- La autoestima determina todos nuestros comportamientos.

La alta autoestima es la capacidad desarrollable de experimentar la existencia, consciente de nuestro potencial y nuestras necesidades reales; la capacidad de amarnos incondicionalmente y confiar en nosotros para lograr objetivos a pesar de los factores limitantes o de las circunstancias externas surgidas en los distintos contextos en los que nos corresponda interactuar. Es una tendencia al equilibrio y al bienestar general, que resulta de conocernos, aceptarnos y valorarnos.

De aquí se desprende que:

- La alta autoestima es una disposición, un contenido un recurso natural en el ser humano, factible de ser desarrollado.
- Solo existe en relación con la experiencia de la vida.
- Está relacionada con la conciencia de las potencialidades y necesidades propias.
- Está relacionada con la confianza en uno mismo.
- Está relacionada con la confianza en uno mismo.
- Está relacionada con el amor incondicional.
- La alta autoestima orienta la acción hacia el logro de los objetivos propuestos.
- Podemos tener limitaciones y a pesar de ello tener una alta autoestima.
- Los eventos externos, las contingencias, no necesariamente deben afectar nuestra autoestima de manera estable o permanente.
- La alta autoestima se basa en el autoconocimiento, la auto aceptación y la autovaloración.

La baja autoestima es un estado de desequilibrio y consciencia reducida, generalmente originado durante el nacimiento y la crianza, que promueve y sostiene pensamientos, sentimientos, emociones y comportamientos auto limitadores, que afectan el funcionamiento del individuo, consigo mismo y con su entorno (Yagosesky 1999).

¿Por qué necesitamos autoestima?

Tal y como afirma Branden (1993) los seres humanos, somos “la única especie capaz de traicionar y actuar contra nuestros medios de supervivencia”. En estado

de equilibrio el hombre promedio, en vez de responder sirviéndose de consciencia, responsabilidad y creatividad, puede optar por manejarse de forma nociva y elegir los siguientes caminos:

Parálisis: La frustración es interpretada de forma tal que incapacita para la acción creativa. La apatía es una forma de manifestación de esta reacción.

Negación: La impotencia induce un bloqueo perceptivo, un autoengaño severo basado en el miedo al dolor. El adicto que niega serlo, revela su adhesión a este mecanismo.

2.5 Factor de riesgo

Espíritu y Sastre (2007) 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.

En estudios realizados por McCarthy (2003), encuentra que la propensión al riesgo de los emprendedores está fuertemente vinculada con la personalidad que posean. Los emprendedores de tipo carismático son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales. Son tomadores de riesgo, lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores. En cambio, los emprendedores de tipo práctico son más cautelosos, más racionales, toman riesgo calculando y planificando exactamente el negocio al cual apuntan.

Para Palmer (1971), el emprendedor es consciente de la aventura que conlleva el crear una empresa, pues debe considerar la situación inicial y la probabilidad de poder ponerla en funcionamiento.

2.6 Tolerancia a la ambigüedad

La tolerancia a la ambigüedad es una característica especialmente necesaria para la toma de decisiones en la incertidumbre. Tolerancia a la ambigüedad, intuición y creatividad, están íntimamente ligadas Veciana (1999), Por lo tanto, teóricamente

las personas que más toleren la ambigüedad son las que obtienen resultados superiores en la misión y en la búsqueda de crecimiento (Entrialgo et al., 1999).

En un estudio sobre el perfil empresarial y la participación en el capital hecho con fundadores, propietarios y directivos, realizado por Entrialgo et al., (1999) se menciona que los empresarios necesitan tener un alto grado de tolerancia a la ambigüedad para que tomen decisiones acertadas en un ambiente de incertidumbre, proponiendo en su hipótesis que la tolerancia sobre la ambigüedad explica el esquema de participación en el capital y que los fundadores son más propensos a tolerar mejor la ambigüedad que el resto de los empresarios.

Se refiere a soportar tensiones y vivir con cierta inseguridad. Se trata también de la disposición favorable a lo indefinido, es decir, a estar abierto a lo diferente, a lo ambiguo, a lo inacabado. Consiste en resistir y superar la frustración que implica enfrentarse a aspectos de la realidad que son ambiguos y abiertos. Es la capacidad de resistencia al cierre, de tolerancia a lo interrogativo, es decir, que el individuo prefiere moverse entre preguntas, figuras abiertas y situaciones inusuales, que entre respuestas, gráficas cerradas y contextos familiares. Característica relacionada con aquellas personas que encuentran las situaciones ambiguas como retadoras y las administran con la intención de tener un resultado favorable transformando la situación desconocida y manejando la incertidumbre. Mitton (1989) observa que los emprendedores cuando visualizan una oportunidad dentro de una situación de esta naturaleza, son capaces de establecer contactos y conexiones estratégicas, de manera que saben a quién llamar, a quién ver y cómo negociar.

2.7 Principales teorías para la creación de empresas

Cross y Travaglione (2003), explican tres grandes teorías: la motivación, personalidad de rasgo y la cognitiva como a continuación se describen:

2.7.1 Teoría de la motivación

Que fue defendida por McClelland (1961). En ella, la identidad del emprendedor se realiza midiendo los rasgos de la personalidad y la motivación que posee a emprender. En la segunda corriente, varios autores como Busenitz (1999), McCarthy (2003), Stewart y Roth, (2001) estudian al emprendedor bajo la teoría de la personalidad o del rasgo.

2.7.2 La teoría de la personalidad de rasgo

Se basa en que el emprendedor desarrolla un negocio por sus propias capacidades. El problema radica en que no todos los emprendedores tienen el mismo conjunto de rasgos.

Entre los autores que mantienen estos rasgos distintivos están Brockhaus, (1982), Brockhaus y Horwitz (1986), Scherer et al., (1991), Bird (1989) o Shein (1990). Su origen está en la obra de McClelland (1961), para quien la motivación de logro es la característica principal de este tipo de personas. Junto a ello, la perseverancia, la actitud competitiva, la independencia y la confianza en uno mismo, son rasgos de carácter facilitador del éxito y, por tanto, de la motivación hacia el emprendimiento.

Según autores como Shapiro (2005) el “locus de control” es entendido como el grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (“locus de control” interno) o del contexto (“locus de control” externo).

Un “locus de control” interno es un rasgo propio de los empresarios, especialmente motivados por la independencia de crear su propia empresa.

De acuerdo con Cano et al., (2003), la capacidad de innovar (Shumpeter, 1965), la propensión a afrontar riesgos moderados y la tolerancia a la incertidumbre (Begley y Boy, 1987) son otros rasgos psicológicos asociados a la figura del empresario. Otros autores como Pleitner (1986) mencionan también la creatividad, iniciativa, flexibilidad, previsión, liderazgo, optimismo o responsabilidad, como rasgos importantes (Toledano, 2006). Incluso la autonomía o escasa necesidad de apoyo serían otros rasgos relevantes (Delgado et al., 2007).

Más recientemente, los estudios acerca de los rasgos de carácter de los emprendedores, han ido dando paso a otros más centrados en el comportamiento, el saber hacer. Este estudio del comportamiento del empresario encaja dentro del llamado “enfoque gerencial” (Veciana, 1999). Su objetivo es estudiar el comportamiento manifiesto del empresario, comportamiento que, se supone, no está basado tanto en rasgos innatos de la personalidad, sino en aptitudes o habilidades que pueden ser aprendidas.

En general, la literatura sobre el tema asocia el éxito empresarial con la capacidad para buscar y recoger información, la habilidad para manejar riesgos, la capacidad para establecer relaciones, para tomar decisiones en contextos de incertidumbre, ejercer el liderazgo o aprender de la experiencia, entre otras.

Responder positivamente a los cambios, la determinación (Toledano, 2006), las capacidades de organización, comunicación, y negociación, la persuasión o la aptitud para el marketing (Uriarte, 1999; Cano et al., 2003) son otras habilidades que podríamos añadir a la relación anterior.

Las características personales de los empresarios tienen influencia sobre el tipo de empresa que ellos crean y sobre la manera en que está administrada. Si una asociación es detectada entre las características personales de los empresarios y la estrategia adoptada por las empresas, entonces podemos ser capaces de reconocer las características personales de los empresarios a partir de la observación de las estrategias de sus empresas, y viceversa (Lafuente y Salas 1989). Para las empresas establecidas, la estrategia puede ser más observable que las características personales de los empresarios. Cuando el estudio es focalizado en las nuevas empresas las únicas variables observables son las características personales de los empresarios.

El estudio de los empresarios y la creación de empresas desde el enfoque psicológico representan un cambio frente a las perspectivas económicas, ya que pasa de un análisis teórico a la investigación empírica sobre la persona en sí que ha creado una empresa. Asimismo, desde el punto de vista psicológico se pretende responder a la pregunta de ¿Quién es el empresario?, en este caso enfocado a aspectos relacionados con las características psicológicas o de

personalidad. Es decir, la teoría de los rasgos de personalidad no trata de decir quién es y cómo definir al empresario en un sentido abstracto, si no que investiga al empresario en su persona y sus atributos.

A partir de los años cincuenta del siglo pasado con los trabajos de McClelland (1961) o Collins et al., (1964) cuando se empieza a conformar la teoría de los rasgos, siguiendo también otras investigaciones que consideran como hipótesis de partida el hecho de que un empresario tiene características identificables, que contrastan con la práctica, que trazan un perfil o tipo de personalidad, que a su vez es motivador de su comportamiento empresarial.

Son numerosas las investigaciones realizadas de los rasgos de personalidad en relación con el entrepreneurship, que han puesto de manifiesto que existe una relación significativa de los mismos con el comportamiento emprendedor. Señalan que la gente más emprendedora difiere en características o rasgos que los hacen diferentes de aquellos con un comportamiento menos emprendedor.

Por lo tanto, los teóricos de los rasgos consideran como hipótesis que el empresario tiene ciertas características identificables que conforman un perfil psicológico motivador de su comportamiento empresarial.

A pesar de los diferentes análisis que se realizan, la mayoría de los investigadores coinciden en que actualmente se dispone de un marco general para la estructura comprensiva de los atributos de la personalidad, que ha permitido un avance sistemático en la comprensión del comportamiento emprendedor a través de los rasgos.

2.7.3 Teoría cognitiva

Apoyada por Neck, Manz y Godwin (1999) en la que el emprendedor es auto eficiente y sabe tomar decisiones. Además posee una habilidad mayor que el resto de las personas para lograr sus resultados.

Además de las tres teorías enunciadas anteriormente, Cross y Travaglione (2003), realizan una investigación explicando la importancia que tiene la inteligencia emocional en los emprendedores. Reconoce en ellos, una gran habilidad para

interrelacionarse. El control que poseen sobre sus emociones, hace que los problemas, las frustraciones se vuelvan un motor para solucionarlos.

2.7.4 Teoría del rol

Desde pequeño y a lo largo de toda la vida, el ser humano observa a otros, que sirven como modelos a imitar o rechazar, de acuerdo a su comportamiento. Básicamente, los primeros modelos que toma el individuo son sus padres, de tal manera que si la persona observa que si el comportamiento de sus padres es efectivo, puede que adopte un modelo similar y si no lo considera efectivo no lo imitara (Guzmán et al., 1999; Scherer et al., 1991). No obstante el individuo en su proceso de socialización, mientras configura su comportamiento a través de la observación, puede verse influenciado por otras personas, con las cuales también mantienen una relación directa, sugiriendo la posibilidad de que también pueda imitar a alguna de ellas.

Por lo tanto, los padres ejercen una fuerte influencia sobre los hijos cuando estos deciden seguir una carrera profesional o empresarial. En este sentido, aquellas personas descendientes de empresarios pueden ser influenciados dado que probablemente habrán sido educados en un entorno familiar donde se valora positivamente la cultura empresarial, y en muchos casos pueden haber realizado alguna función empresarial bajo la tutela de sus progenitores.

Al mismo tiempo, el papel de la familia también hay que valorarlo no solo por su influencia motivacional si no por la influencia maternal, pues también ayuda a los nuevos empresarios en el ejercicio de sus funciones con recursos económicos, mano de obra, contactos personales, etc., por lo que aquellos empresarios apoyados por sus familiares se verán favorecidos en la adopción de ciertos comportamientos dinamizadores.

En cuanto al orden de nacimiento de los hijos, existen conclusiones contradictorias. Por ejemplo, Henning y Jardim (1977) encontraron que las primogénitas en las familias tienden en mayor proporción a ser ejecutivas o empresarias. Algunos autores argumentan que ser primogénito o hijo único implica

que recibirá una mayor atención familiar y su etapa de desarrollo la hará con más confianza. Sin embargo, también existen estudios sobre emprendedores en los que ser primogénito no era un factor predictor de ser empresario, por lo que no se ha podido establecer una función definitiva.

En cualquier caso, parece comprobado que los esfuerzos que comienzan en el hogar, en la vida familiar, tienen una importante repercusión en la vida empresarial. Un buen ambiente con armonía familiar puede manifestarse posteriormente en un esfuerzo por mantener un clima de trabajo agradable, con buenas relaciones humanas, comunicación eficaz y una atmósfera que facilita la solución de posibles problemas y conflictos que surjan.

La teoría del rol también trata de proporcionar una explicación juiciosa al contraste del tejido empresarial que se localiza en diversas áreas geográficas. No todos los lugares son iguales en cuanto a su potencial de generar emprendedores ya que varían según la zona. La función empresarial no puede considerarse separada de las características del entorno local que se desarrolla junto al potencial emprendedor (Veciana, 1999). Desde esta perspectiva los roles actúan como un guion social que dice cómo debe actuar la persona, y dan la dirección y el propósito de su comportamiento. Al asumir el rol de emprendedor, el individuo manifestará una serie de comportamientos asociados con este rol.

Así mismo, la teoría del rol explica porque existen más empresarios en ciertas zonas geográficas que en otras, destacando que el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas es la existencia de hechos, ejemplos y pruebas que dan verosimilitud a la probabilidad de crear una empresa. Esta verosimilitud se manifiesta cuando el futuro empresario advierte que otros individuos en circunstancias similares a las de él, han logrado crear y hacer crecer una empresa. La reacción interna que le impulsa a la acción es que si alguien lo ha conseguido, ¿porque no lo ha de lograr el también?.

Por lo tanto, es posible afirmar que será en aquellos lugares en los que exista un entorno propicio para la creación de nuevas empresas, o bien en las que predominen entornos familiares nutridos de experiencias emprendedoras, donde surgirán mayor proporción de iniciativas empresariales.

2.7.5 Teoría de la incubadora

La teoría de la incubadora menciona que el hecho o circunstancia que influye la organización de manera importante en la decisión de un individuo que pone en marcha un negocio, proviene de la organización de la que formo parte como trabajador o de la institución en la que estuvo siendo formado para tal fin.

Estudios empíricos han demostrado que muchas de las ideas y proyectos que se han llevado a cabo, de los que surge una nueva empresa, han sido “incubados” en la organización en la que trabajaba el empresario, empresas que comúnmente son llamadas organizaciones incubadoras.

Aquellos que crean una nueva empresa, con frecuencia suelen iniciar sus actividades para explotar lo que conocen mejor. Por ello, a menudo, empresa incubadora y nuevo negocio pertenecen al mismo sector, ya que este último depende de lo que el fundador sabe y puede hacer, que normalmente está íntimamente relacionado con lo que el promotor aprendió en la organización incubadora. Esos emprendedores se inician en un ambiente que ya les es familiar, lo que les permite reducir el número de errores cometidos, así como los costes de transacción, relacionados con contactos e información. Esta situación se hace notablemente evidente en las empresas tecnológicas, en las que el conocimiento de las tecnologías y mercados constituyen elementos esenciales para lograr el éxito empresarial (Cooper, 1985).

La actividad, tamaño, localización y dinámica de trabajo de la organización incubadora, son aspectos que se ven reflejados en la nueva empresa. Además, la existencia de estas organizaciones aumenta las posibilidades de que uno de los trabajadores reemplace su condición de asalariado por la de empresario. Respecto al tamaño de la empresa, es un hecho que los empleados de plantas más pequeñas tienen mayor contacto con los individuos que ya han iniciado sus propias empresas. Estos empleados obtendrán una mayor familiaridad con los tipos de mercado que podrían ser cubiertos por una nueva empresa, la cual en los primeros años, será inevitablemente pequeña. También obtendrá más experiencia general en dirección de un negocio (Johnson y Cathcart, 1979).

La propia experiencia laboral y las relaciones derivadas del trabajo suelen ser el origen de la decisión de muchos empleados de establecerse por su cuenta (Sastre Castillo, 2005), de hecho, en el estudio de Bidhe (1999), se estima que en más del 70% de los casos, la idea del negocio proviene de la réplica o modificación de una idea conocida en un empleo anterior, esta demostración viene a dar sustento a la teoría de la incubadora.

El efecto incubadora también se ha planteado desde otra perspectiva. No solo la empresa en que se ha trabajado otorga una experiencia valiosa para la creación y consolidación de un nuevo negocio. Otras instituciones, como universidades y organizaciones sin ánimo de lucro ofrecen oportunidades para transformar ideas y tecnologías en productos y empleos a través de programas específicos, así proporcionan a los participantes experiencia y conocimientos específicos en determinadas actividades, que pueden ser bien útiles para la puesta en marcha de un futuro proyecto empresarial.

Este efecto se manifiesta, en el caso de las universidades, especialmente en proyectos tecnológicos, dado que son una de las principales fuentes de investigación (Sarfraz, 1996).

En cualquier caso, el efecto incubadora se basa en la idea de que las nuevas empresas no nacen de forma automática, si no que requiere un periodo de tiempo en el que la idea y la oportunidad de negocio maduren y en el que se contrasten sus posibilidades de éxito o fracaso. Siempre que el proceso anterior concluya de forma satisfactoria aparece la posibilidad de que se produzca el nacimiento de una nueva empresa.

CAPITULO 3 CENTRO UNIVERSITARIO UAEM

La información que contrae este capítulo se obtuvo del (Manual de organización, Centro Universitario UAEM Temascaltepec, 2011).

La Universidad Autónoma del Estado de México con el único propósito de llevar la educación superior al sur de la entidad. En el año 1982, crea la Unidad de Extensión Académica Profesional Temascaltepec, dependiente de la Facultad de Ciencias Agrícolas, inicia sus actividades académicas ofertando la licenciatura de Ingeniero Agrónomo Fitotecnista, para lo cual la respuesta de la sociedad no se hizo esperar logrando obtener una matrícula de 80 alumnos inscritos, para el año 1983, y debido a las necesidades de la región sur de la entidad, cuya actividad principal es agricultura y ganadería, se cierra la convocatoria de nuevo ingreso para la licenciatura de Ingeniero Agrónomo Fitotecnista, y se inicia con la licenciatura de Ingeniero Agrónomo Zootecnista, para la cual se inscribieron un total de 70 alumnos, ambas licenciaturas con el único propósito de llevar la educación superior al sur de la entidad.

Sin embargo con la creciente población y su demanda de educación de calidad, en septiembre del año 2000 se modifica su estructura orgánica se transforma en Unidad Académica Profesional, ofertando tres licenciaturas más: contaduría, Informática Administrativa, y Derecho, la cual al ver incrementada su oferta educativa, obtiene una matrícula en el primer semestre de 170 alumnos.

En octubre de 2001, el quehacer académico de la unidad Académica Profesional Temascaltepec llega más al sur del Estado de México, creándose la Unidad de Extensión Académica Tejupilco donde se ofertan los programas educativos de licenciado en Administración y licenciado en Psicología, logrando un total de 101 alumnos inscritos a primer semestre posesionando la educación superior en la región e impactando en 16 municipios del Estado de México y otros de los Estados de Michoacán y Guerrero.

Para el mes de abril del año 2006, se transforma la unidad Académica Profesional, en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec, el cual cuenta en la actualidad

con sus Consejos de Gobierno y Académico, quienes fungen como órganos reguladores de acuerdo a la normatividad vigente.

3.1 Misión

La Universidad Autónoma del Estado de México está comprometida con una misión que se remonta a sus orígenes y que se renueva en lo esencial, sin demeritar sus tradiciones históricas. Siempre atendiendo su vigencia, evoluciona y se transforma en la medida que el conocimiento y las sociedades tornan los futuros en tiempos presentes.

Desde su fundación, genera, estudia, preserva, transmite y extiende el conocimiento universal, estando en todo tiempo y circunstancia al servicio de la sociedad. Abraza el compromiso de formar personas éticas, involucradas proactivamente en la construcción de la paz, la defensa de los y mejores formas de existencia y convivencia humana, que promueven el desarrollo sustentable, lo mismo que una conciencia universal, humanista, nacional, libre, justa y democrática.

En nuestro mandato de impartir educación media superior y superior, son vitales la investigación humanística, científica y tecnológica, la difusión cultural y acciones de extensión asociadas a los avances del humanismo, de la ciencia y la tecnología, del arte y de toda manifestación de la cultura, que en función de la actual crisis ética y moral en el mundo globalizado se verán enriquecidas con el impulso del conocimiento con valores y la responsabilidad social, principios imprescindibles en el quehacer de nuestra institución y la comunidad universitaria.

3.2 Visión

Nuestra visión de futuro se proyecta más allá de una sola gestión administrativa; se ancla en las condiciones que deberán prevalecer para que nuestra institución

sea central y motora en la sociedad del conocimiento. Los horizontes de mediano y largo plazo que prevemos son condicionantes de la universidad a la que aspiramos para 2013. Como lo demanda el principio de equidad, para ese año habremos remontado las dificultades que entorpecen el alcance de una cobertura amplia, destacaremos por haber incorporado a un porcentaje importante de jóvenes en edad de cursar la educación media superior y superior, habiendo superado contrastante y positivamente los indicadores actuales de cobertura.

Habremos de ser una universidad que imparta una formación integral y de calidad en bachillerato y educación superior (estudios profesionales y estudios avanzados), fundada en valores éticos, democráticos y de respeto a los principios de diálogo y cooperación, que asegurarán a los alumnos éxito académico y profesional. Al ser social y éticamente responsables, dispondremos con solvencia de servicios de salud, becas y otros apoyos que harán del ingreso, la permanencia y la culminación de estudios, experiencias exitosas, principalmente para los estudiantes en situaciones de vida vulnerables.

Al término de los cuatro años del actual rectorado, habremos consolidado una plantilla de profesores que participe productivamente en investigaciones científicas y tecnológicas decisivas para el desarrollo integral y sustentable del Estado de México y del país; catedráticos que formen parte de las redes de excelencia de investigación e innovación educativa al servicio de la comunidad que día a día crece en calidad y magnitud en toda institución de educación superior de México y el mundo.

Nuestros investigadores estarán en condiciones de generar y recrear conocimientos de frontera y de trabajar con calidad a través de la participación en investigaciones innovadoras fuentes de recursos adicionales con organizaciones, asociaciones e instituciones públicas y privadas. Para ello, tendremos la suficiente infraestructura académica y equipo de apoyo para la gestión, basados en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

Sentaremos las bases materiales, administrativas y académicas para que la liberación de nuestro potencial científico tenga abiertas sus puertas en el país y el extranjero. Con la operación del Observatorio Universitario para el Desarrollo, tendremos una gestión interna rápida y bien sustentada; además de que ofreceremos información relevante para la educación media superior y superior en los ámbitos estatal, nacional e internacional, datos igualmente útiles para analizar, reflexionar y tomar decisiones en materias que competen al progreso de la entidad y de la nación.

La administración actual culminará sus responsabilidades en un clima universitario, en el que los alumnos serán formados competentemente para apreciar el valor del arte y la trascendental relevancia que tiene la naturaleza en la vida del hombre. Nuestra comunidad estudiantil, académica, de investigación y administrativa tendrá pleno acceso, mediante el arte y la cultura, a los patrimonios tangibles e intangibles de la universidad, el estado y el país. Los universitarios (alumnos, académicos y administrativos) habrán mejorado su calidad de vida al incorporar a sus prácticas cotidianas las actividades físicas y el deporte; asimismo, nos distinguiremos en el ámbito nacional por nuestro nivel competitivo en disciplinas deportivas que cuenten con infraestructura deportiva instalada de calidad.

Con sentido de la responsabilidad social, habremos consolidado nuestro apoyo a las comunidades más desprotegidas y estaremos contribuyendo a partir de proyectos coordinados con dependencias gubernamentales y del sector productivo en el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas. Como apoyo de las funciones sustantivas y adjetivas, tendremos una administración transparente y eficientemente constituida en torno de una sólida estructura organizacional, con actividades vigentes y previsoras de requerimientos futuros, que operará con base en controles preventivos y prácticas de calidad, eficiencia, legalidad, sustentada en la plena digitalización de todo proceso académico y administrativo, dejando atrás la burocrática cultura del trámite en papel. Vemos en nuestra universidad

una legislación universitaria moderna y congruente con las necesidades institucionales, además, la comunidad universitaria y el público en general tendrán acceso incuestionable a las necesidades de información respecto al quehacer universitario y sus resultados. En 2013, habremos cimentado los pilares que sostendrán a nuestra universidad enclavada en el porvenir.

3.3 Objetivo de la licenciatura en psicología

La formación de un psicólogo profesional general, plural, con solidez disciplinar, metodológica y técnica, que lo habilite para problematizar la realidad psicosocial del hombre, comprender su significado en su contexto, con una visión totalitaria y holística, para planificar su intervención práctica en la resolución de problemas que se presentan en la vida cotidiana. Desarrollará conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desempeñarse con relación a la prevención, evaluación, detección, planeación, diagnóstico, intervención e investigación de problemáticas psicológicas en el ámbito social relacionadas a las áreas de psicología: clínica, educativa, organizacional y social.

3.4 Perfil del alumno en psicología

La personalidad de los estudiantes es uno de los factores psicológicos que influyen tanto en el desarrollo de su inteligencia como en su rendimiento escolar; los alumnos de nivel superior en general, y los estudiantes de la carrera de psicología en particular, se encuentran cotidianamente inmersos en situaciones académicas estresantes que necesariamente tienen que enfrentar y saber manejar, tales como evaluaciones, realización de tareas, trabajos y exposiciones, además de la responsabilidad de una alta exigencia de atención y concentración en su actuación con los pacientes; sin duda su desempeño académico está mediado por sus características de personalidad, por tanto, consideramos que determinar el perfil de personalidad puede proporcionar datos relevantes para comprender mejor su desenvolvimiento académico.

El alumno, es la persona que ingresa a la universidad decidido a estudiar una carrera profesional, se compromete con una concepción integral del mundo y que busca relacionar diversos modelos y teorías que se encuentran dispersos en su campo de interés con el objeto de fortalecer su capital intelectual. El estudiante creativo es curioso, original y novedoso, que produce una red de acciones dinámicas de aprendizaje, utiliza su intuición para cambiar su foco de interés y recibir conocimientos científicos actualizados. Así mismo, sabe proyectarse desde la dimensión más radical de sí mismo hacia nuevas verdades, nuevas ideas y nuevas soluciones a problemas actuales y futuros para ser, como producto final, un estudiante creativo e innovador.

La formación profesional del alumno en psicología implica un quehacer profesional ético, que ofrezca un servicio fundamentado en valores y actitudes congruentes, así como de un desempeño profesional basado en conocimientos, habilidades y actitudes orientados a la atención de necesidades humanas y demandas sociales de manera competente. Así, desde una perspectiva bio psico social integradora y fundamentada en las diferentes teorías y sistemas en psicología, el psicólogo se abocará al estudio del comportamiento humano profundizando en el análisis y evaluación de las relaciones interpersonales, mediante la aplicación de instrumentos de psicodiagnóstico y el manejo de metodologías de investigación adecuadas para el diseño de estrategias de intervención, que contribuyan al bienestar de individuos y grupos sociales, así como al desarrollo de propuestas de cambio:

- ✓ Analizar el comportamiento humano de forma integral, desde distintos enfoques psicológicos, para fomentar la congruencia entre pensamientos, sentimientos y acciones ajustados a las obligaciones deontológicas de la psicología, de forma ética y respetuosa.
- ✓ Analizar las relaciones interpersonales para diseñar estrategias de comunicación y modificación de la conducta que contribuyan a la solución de la problemática individual y psicosocial, a través de métodos y técnicas psicológicas con razonamiento crítico y respeto por el otro.

- ✓ Evaluar las características psicológicas y de desempeño del recurso humano para promover la mejor expresión de sus potenciales personales, reflejados en el funcionamiento óptimo de las organizaciones, por medio del diagnóstico organizacional con legalidad y responsabilidad.
- ✓ Aplicar estrategias y acciones psicopedagógicas a través de los instrumentos de medición y diagnóstico psicológicos, para incidir en todos los niveles del ámbito educativo de forma sensible e interesada por la propia actuación.
- ✓ Intervenir con técnicas psicológicas de evaluación y estrategias psicoterapéuticas en el cambio del comportamiento humano a partir de diversos enfoques psicológicos para la promoción de estilos de vida saludable, ajustada a las obligaciones deontológicas de la psicología.
- ✓ Diseñar e implementar programas de apoyo mediante la aplicación de técnicas de investigación psicosocial que contribuyan a la integración de los grupos humanos y la convivencia responsable para el diseño de estrategias de intervención, que contribuyan al bienestar de individuos y grupos sociales, así como al desarrollo de propuestas de cambio.

3.5 Licenciatura en psicología

Un licenciado en psicología es un experto en conocer el comportamiento humano para poder ayudar a las personas con problemas de conducta en las áreas clínica, organizacional y educativa.

Estudiar psicología, te formará para poder analizar, interpretar y comprender la complejidad de la psique, de la conducta y de las relaciones interpersonales. Un psicólogo debe saber comprender la mente humana para posteriormente intentar incidir en las personas de forma positiva.

Un candidato a estudiar psicología, es una persona que desea adquirir una mayor comprensión de las personas y de satisfacer su propio interés acerca de la naturaleza humana. El estudiante de psicología es una persona que aspira a hacer una diferencia en la vida de las personas, ayudándolas a través de la dedicación

de tiempo y energía para que superen sus adversidades y puedan aumentar su bienestar.

3.5.1 Actitudes que deben tener los alumnos en la licenciatura de psicología

- Vocación de servicio
- Habilidad de expresión
- Capacidad crítica y creativa
- Respeto hacia la vida
- Seguro de sí mismo
- Ser observador
- Busca el bienestar común
- Responsabilidad y sentido ético

3.5.2 Campo de trabajo para un egresado en psicología

En este sentido, el alto nivel de preparación de los alumnos, así como nuestra bolsa de trabajo activa y las múltiples alianzas estratégicas que tenemos con instituciones públicas y privadas, nos permiten colocar exitosamente a nuestros egresados en el mercado laboral una vez que se gradúan.

- Sector Salud
- Educación
- Recursos Humanos
- Capacitación
- Práctica Privada
- Investigación y Docencia
- Psicología especializada

A continuación en la tabla 3 se menciona el plan de estudios de la licenciatura en psicología para ello se plantean las materias y el número de créditos.

Tabla 3. Materias de la licenciatura en psicología

Unidad de aprendizaje	Créditos
Teorías de la Psicología	8
Psicofisiológica I	8
Psicofisiológica II	8
Procesos psicológicos básicos	8
Procesos psicológicos superiores I	8
Procesos psicológicos superiores II	8
Procesos psicológicos en el desarrollo I	8
Procesos psicológicos en el desarrollo II	8
Teorías de la personalidad	8
Ingles C1	6
Ingles C2	6
Metodología de la ciencia	8
Epistemología	8
Investigación cuantitativa	8
Investigación cualitativa	8
Estadística	8
Estadística aplicada	8
Elaboración de instrumentos	8
Taller de elaboración de instrumentos	4
Entrevista	8
Taller de la entrevista psicológica	4
Socialización y contexto	8
Derechos humanos	8
Fundamentos de psicología clínica	8
Psicopatología del niño	8
Psicopatología del adulto	8
Integración de diagnóstico psicológico	8
Introducción a la psicoterapia	8
Fundamentos de psicología educativa	8
Orientación educativa	8
Estrategias de enseñanza y	8

aprendizaje	
Diseño curricular	8
Educación especial	8
Fundamentos de psicología organizacional	8
Integración de recursos humanos	8
Desarrollo de recursos humanos	8
Psicología del trabajo	8
Psicología social	8
Psicología comunitaria	8
Proceso grupal	8
Psicología política	8
Técnicas e instrumentos psicológicos	8
Seminario de prevención de la salud	4
Seminario de introducción a la psicoterapia	4
Seminario de fundamentos de psicoanálisis II	4
Seminario de psicometría clínica	4
Seminario de fundamentos teóricos de terapia sistémica	4
Seminario de fundamentos teóricos de la terapia de juego	4
Seminario de terapia breve y de emergencia	4
Seminario de pruebas proyectivas	4
Seminario de fundamentos de tanatología	4
Seminario de estimulación temprana	4
Seminario de diversidad	4
Seminario de orientación a padres	4
Seminario de orientación vocacional	4
Seminario de instrucción psicopedagógica	4
Seminario de desarrollo organizacional	4
Seminario de desarrollo organizacional	4
Seminario de seguridad, higiene y ecología	4
Seminario de psicología del consumidor	4

Seminario de sistemas de calidad	4
Seminario de planeación de estrategias	4
Seminario de planeación de vida y carrera	4
Seminario de consultoría de procesos	4
Seminario de psicología ambiental	4
Seminario de psicología social de la salud	4
Seminario de psicología jurídica	4
Seminario de anomia	4
Seminario de actitud	4
Seminario de calidad de vida	4
Seminario de estudios de género	4
Seminario de sexualidad humana	4
Seminario de identidad y cultura	4
Seminario de violencia intrafamiliar	4
Seminario de procesos cognoscitivos	4
Seminario de dotados	4
Seminario de fundamentos de lenguaje	4
Taller de terapia sistémica	4
Taller de terapia de juego	4
Taller de intervención en crisis	4
Taller de terapia familiar	4
Taller de educación especial	4
Taller de pruebas proyectivas	4
Taller de intervención cognitivo-conductual	4
Taller de electroencefalograma	4
Taller de elaboración de programas	4
Taller de estimulación temprana	4
Taller de manejo de técnicas de enseñanza	4
Taller de orientación a padres	4
Taller de orientación vocacional	4
Taller de estrategias y estilos de aprendizaje	4
Taller de técnicas de instrucción psicopedagógicas	4

Taller de prevención de la salud	4
Taller de desarrollo curricular	4
Taller de evaluación de alternativas vocacionales y ocupacionales para personas con características especiales	4
Taller de técnicas de programación neurolingüística aplicadas al aprendizaje	4
Taller de dotados	4
Taller de desarrollo organizacional	4
Taller de seguridad, higiene y ecología	4
Taller de psicología de psicología del consumidor	4
Taller de sistemas de calidad y de certificación	4
Taller de evaluación del desempeño	4
Taller de psicometría laboral	4
Taller de administración de sueldos y salarios	4
Taller de comunicación organizacional	4
Taller de formación de instructores	4
Taller de desarrollo de habilidades directivas	4
Taller de programas motivacionales	4
Taller de intervención en la prevención de adicciones	4
Taller de manejo y conducción de grupos	4
Taller de psicometría penitenciaria	4
Taller de educación para la salud	4
Taller de diseño de encuestas	4
Taller de psicología del deporte	4
Taller de psicología del tiempo libre	4
Taller de determinación de perfiles criminológicos	4
Taller de prevención de enfermedades de transmisión sexual	4
Taller de campañas electorales	4
Taller de análisis y mensaje audio-	4

escrito-visuales	
Taller de intervención psicosexual	4
Taller de intervención en comunidades rurales	4
Taller de violencia intrafamiliar	4
Taller de lenguaje	4
Taller de psicología jurídica	4
Taller de estudios de género	4
Evaluación profesional I	8
Evaluación profesional II	8
Administración	8
Comunicación	8
Estancia integrativa básica	8
Estancia integrativa metodológica	8
Estancia integral profesional I	16
Estancia integral profesional II	16

Fuente: Elaboración propia con base al plan de estudios

Posteriormente se mencionan las materias de la licenciatura en psicología que se imparten desde el primer al noveno semestre, en el centro universitario UAEM, Temascaltepec, extensión Tejupilco.

Tabla 4. Materias que se imparten en psicología UAEM extensión Tejupilco.

Unidad de aprendizaje	Créditos
Ingles C1	6
Ingles C2	6
Derechos humanos	8
Estadística	8
Estadística aplicada	8
Taller de elaboración de instrumentos	4
Entrevista	8
Epistemología	8
Teorías de la psicología	8
Psicofisiología I	8
Psicofisiología II	8
Socialización y contexto	8

Procesos psicológicos básicos	8
Procesos psicológicos superiores I	8
Procesos psicológicos superiores II	8
Procesos psicológicos en el desarrollo I	8
Procesos psicológicos en el desarrollo II	8
Teorías de la personalidad	8
Metodología de la ciencia	8
Investigación cuantitativa	8
Investigación cualitativa	8
Taller de la entrevista psicológica	4
Elaboración de instrumentos	8
Psicopatología del adulto	8
Técnicas e instrumentos psicológicos	8
Estrategias de enseñanza y aprendizaje	8
Integración de recursos humanos	8
Introducción a la psicoterapia	8
Psicología comunitaria	8
Educación especial	8
Seminario de fundamentos de tanatología	4
Seminario de fundamentos de psicoanálisis I	4
Seminario de procesos cognoscitivos	4
Seminario de fundamentos de lenguaje	4
Taller de prevención de la salud	4
Taller del lenguaje	4
Proceso grupal	8
Seminario de terapia breve y de emergencia	4
Taller de intervención en crisis	4
Taller de pruebas proyectivas	4
Seminario de estimulación temprana	4
Seminario de orientación vocacional	4
Taller de estimulación temprana	4
Taller de desarrollo de procesos cognoscitivos	4
Seminario de estudios de género	4
Seminario de sexualidad humana	4
Seminario de identidad y cultura	4

Seminario de violencia intrafamiliar	4
Taller de determinación de perfiles criminológicos	4
Taller de psicometría educativa	4
Fundamentos de psicología	8
Fundamentos de psicología educativa	8
Fundamentos de psicología organizacional	8
Desarrollo de recursos humanos	8
Psicología del trabajo	8
Psicología social	8
Psicología política	8
Psicopatología del niño	8
Integración de diagnóstico psicológico	8
Orientación educativa	8
Diseño curricular	8
Seminario de introducción a la psicoterapia	4
Administración	8
Comunicación	8
Estancia integrativa básica	8
Estancia integrativa metodológica	8
Evaluación profesional I	8
Evaluación profesional II	8
Estancia integral profesional I	16
Estancia integral profesional II	16

Fuente: Elaboración propia con base al plan de estudios

Por consiguiente se presenta la tabla 5 con las materias que se imparten en el Centro Universitario UAEM, extensión Tejupilco, cuyo propósito es motivar al alumno para que sea emprendedor e innovador y posteriormente busque las estrategias necesarias para un negocio propio.

Tabla 5. Materias que tiene relación con el emprendedurismo.

Unidad de aprendizaje	Créditos
Orientación educativa	8
Integración de recursos humanos	8
Estrategias de enseñanza y aprendizaje	8
Desarrollo de recursos humanos	8
Proceso grupal	8
Seminario de introducción a la psicoterapia	4
Seminario de desarrollo organizacional	4
Seminario de estimulación temprana	4
Taller de estrategias y estilos de aprendizaje	4

Fuente: Elaboración propia con base al plan de estudios

Cabe destacar que las materias que se mencionan a continuación están en el plan de estudios de la licenciatura en psicología, pero no están siendo ofertadas algunas de ellas, es por ello que se recomienda al Centro Universitario UAEM, extensión Tejupilco, que ofrezca a la población estudiantil más conocimiento acerca de las materias que tengan que ver con el emprendedurismo, ya que con esto se logrará que los jóvenes egresen mejor preparados y con estrategias para un buen futuro.

Tabla 6. Materias de la licenciatura en psicología que deberían ofertarse en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec, extensión Tejupilco

Materia	Créditos
Orientación educativa	8

Integración de recursos humanos	8
Estrategias de enseñanza y aprendizaje	8
Desarrollo de recursos humanos	8
Proceso grupal	8
Seminario de introducción a la psicoterapia	4
Seminario de fundamentos teóricos de terapia sistémica	4
Seminario de fundamentos teóricos de la terapia de juego	4
Seminario de desarrollo organizacional	4
Seminario de sistemas de calidad	4
Seminario de planeación estratégica	4
Seminario de planeación de vida y carrera	4
Seminario de actitud	4
Seminario de dotados	4
Taller de terapia de juego	4
Taller de estimulación temprana	4
Taller de manejo de técnicas de enseñanza	4
Taller de orientación vocacional	4
Taller de estrategias y estilos de aprendizaje	4

Fuente: Elaboración propia con base al plan de estudios

3.6 Perfil del psicólogo

Para definir el perfil del psicólogo, es importante hacer explícita la necesidad del trabajo conjunto de carácter interdisciplinario. La participación de especialistas provenientes de distintas disciplinas en el estudio de los fenómenos del comportamiento requiere entendimientos mutuos, lenguajes traducibles de una

ciencia a la otra, saber enfrentarse a los fenómenos de la propia disciplina y a aspectos que son mejor tratados en otras, de tal manera que el perfil del psicólogo deberá tener una formación que le permita desarrollar el contacto con otros profesionistas para enfocar en forma interdisciplinaria los problemas que el psicólogo llegará a enfrentar en su práctica profesional Figueroa (2000).

Más recientemente, para la Facultad de Psicología, en su plan de estudios aprobado por el H. Consejo Universitario (2008), se señala: El Licenciado en psicología está apto para la atención de diversas necesidades sociales, pudiendo atender necesidades y problemas de salud mental, bienestar emocional y rehabilitación neurológica (atención a pacientes con depresión, estrés, adicciones, conflictos en las relaciones de pareja e interpersonales, o que han sufrido algún daño neurológico), de índole educativa (bajo aprovechamiento escolar, rezago educativo, aprendizaje y motivación, educación de padres, formación de profesores, orientación y tutoría educativa, innovación en la enseñanza, educación especial), organizacionales (estrés y desgaste profesional, capacitación y selección de personal, educación al consumidor, manejo de clima laboral), procesos psicosociales y culturales (educación comunitaria, solución de conflictos sociales, intervención en grupos, educación cívica y política).

Por lo tanto, el licenciado en psicología es el profesional que posee los conocimientos, procedimientos, habilidades, actitudes y valores para comprender, diagnosticar e intervenir en la satisfacción de necesidades y la solución de problemas psicológicos en escenarios diversos, complejos y cambiantes.

Para el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (2002; citado por Silva, 2007), la formación de psicólogos debe comprender el desarrollo de una serie de competencias relacionadas con aspectos teóricos o conceptuales, metodológicos, de uso de técnicas, contextuales de la práctica, integrativos del conocimiento, de valoración y de ajuste, así como con el ejercicio de una práctica profesional responsable, ética y honesta en donde impere la confidencialidad.

Con respecto a esto último, el código ético del psicólogo (Sociedad Mexicana de psicología, 2005), establece que el psicólogo debe adherirse a los principios de

respeto a los derechos y dignidad de las personas, cuidado responsable, integridad en las relaciones y responsabilidad hacia la sociedad y la humanidad.

Por otra parte, en la Memoria de la Primera Reunión Nacional de Psicología, Servicio Social y Salud (2003), se estableció para el psicólogo clínico, el psicólogo educativo y el psicólogo laboral, que el perfil debería comprender habilidades de: observación (análisis y detección), diagnóstico (aplicación e interpretación de instrumentos psicológicos), entrevista, comunicación, planeación y programación (diseño de programas y proyectos), intervención (selección, diseño y aplicación de estrategias), prevención y desarrollo, evaluación (selección y aplicación de métodos, técnicas, instrumentos y procedimientos) e investigación.

Como puede verse, para el perfil del psicólogo se mencionan ciertas habilidades y competencias, pero ¿qué actitudes, valores y características de personalidad *debe poseer* el psicólogo y cuáles *realmente posee* durante su formación?, ¿cómo van evolucionando, desde que el alumno ingresa a estudiar la carrera de psicología hasta que la concluye, esas actitudes, valores, su comportamiento y sus características de personalidad?

El profesional que se dedica al estudio de las características, comportamientos, actitudes y procesos psicológicos de quien aprende, de quien enseña, de la relación entre ambos y las condiciones en que ocurre la relación. Su acción profesional se ubica en el diseño, aplicación y evaluación de contenidos, condiciones, métodos, procedimientos, técnicas y materiales para corregir, facilitar o mejorar el proceso educativo. La intervención puede ser directa o indirecta, en educación formal y no formal.

Trabaja con diversas poblaciones en contextos escolares y no escolares, de distintas edades, con un abordaje a nivel individual, grupal o institucional.

Ciertamente, el perfil profesional del docente universitario del siglo XXI se ha de volver más complejo. Macotela y Castañeda (1996) considera que un buen profesor universitario habrá de reunir las siguientes competencias:

- ∞ Dominar tanto el conocimiento de su disciplina como la gestión del mismo.
- ∞ Innovar sobre su propia práctica docente, lo que implica reflexionar e investigar integrando el conocimiento disciplinar y el pedagógico como vía para la mejora continua.
- ∞ Dominar las herramientas relacionadas con el currículo (diseño, planificación y gestión del mismo).
- ∞ Saber favorecer entre los alumnos un clima de motivación hacia un aprendizaje de calidad.
- ∞ Saber trabajar en colaboración con colegas y potenciar el aprendizaje colaborativo entre los alumnos.

Ayala (1999), define el perfil ideal del licenciado en psicología.

Conocimiento sobre:

- ∞ La materia que imparte integrada a un currículo y a un contexto determinado.
- ∞ Las orientaciones pedagógicas.
- ∞ Cuándo y cómo utilizar actividades de investigación con sus alumnos.
- ∞ Utilización y el manejo adecuado de las nuevas tecnologías.
- ∞ La forma de planear las actividades de aprendizaje.
- ∞ Cómo coordinar el trabajo de su grupo.
- ∞ La manera de crear ambientes propicios para promover el aprendizaje.
- ∞ Los estilos de aprendizaje de sus alumnos.
- ∞ Las estrategias de motivación para que sus alumnos indaguen y tengan una participación activa en el grupo.
- ∞ La manera de guiar a sus alumnos para que apliquen sus aprendizajes de manera oportuna y certera.
- ∞ Las estrategias para lograr en los estudiantes la reflexión y el análisis del objeto de estudio.
- ∞ La manera de evaluar el aprendizaje de sus alumnos.

- ∞ La manera de guiar y asesorar a sus estudiantes.

Habilidades para:

- ∞ Ejercer su criterio, seleccionar los contenidos y pedagogías más adecuados a cada contexto y a cada grupo.
- ∞ Tomar iniciativa en la puesta en marcha y desarrollo de ideas y proyectos innovadores.
- ∞ Desarrollar una pedagogía activa, basada en el diálogo, la vinculación teórica-práctica, la interdisciplinariedad, el trabajo en equipo.
- ∞ Ayudar a sus alumnos a desarrollar los conocimientos, habilidades y valores necesarios para aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos, y aprender a ser.
- ∞ Lograr un nuevo planteamiento de las relaciones educativas, en donde existe confianza en el alumno, compromiso respeto y empatía.
- ∞ Trabajar y aprender en equipo.
- ∞ Detectar oportunamente problemas entre sus alumnos y canalizarlos a quien corresponda.

Actitudes de:

- ∞ Reflexión crítica sobre su papel y práctica pedagógica, asume un compromiso ético de coherencia entre lo que predica y lo que hace.
- ∞ Concebir la institución educativa al servicio de la persona.
- ∞ Situarse ante las exigencias que el mundo actual solicita a la educación.
- ∞ Tener el interés por mantenerse informado. Investigar, a fin de buscar, seleccionar y proveerse autónomamente la información requerida para su desempeño como docente.
- ∞ De ser para los alumnos un amigo.
- ∞ Impulsar actividades educativas más allá de la institución escolar.
- ∞ Constituir la libertad como el clima básico de la educación.

- ∞ Concebir la educación como apoyo para el desarrollo de comunidades, en la que todo ser humano es responsable de los otros seres y del uso del mundo natural.

3.7 departamento de incubación

Objetivo

Coordinar, guiar, y brindar asesoría que se proporciona a emprendedores universitarios y no universitarios para la creación de nuevas empresas, mejora y consolidación de las ya existentes, así como para el desarrollo de proyectos empresariales viables.

Funciones:

- Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades del departamento de incubación de empresas.
- Operar el departamento de incubación de empresas conforme al modelo de incubación de empresas.
- Fomentar el desarrollo de habilidades empresariales en los emprendedores universitarios y no universitarios, a través de una atención personalizada y tutorial.
- Apoyar a proyectos de negocio viables que requieran de un espacio físico en donde iniciar sus operaciones, ya sea con oficinas, talleres, sala de juntas y mobiliario y equipo de oficina.
- Gestionar y dar seguimiento a financiamientos y apoyo del gobierno federal, estatal o sector privado para proyectos empresariales viables y para el desarrollo y consolidación de empresas ya existentes.
- Difundir los servicios que ofrece la incubadora y las empresas incubadas, así como apoyar la vinculación con instituciones públicas y privadas.
- Supervisar, evaluar y dar seguimiento a la atención que se ofrece los emprendedores universitarios y no universitarios.

CAPITULO 4 FACTORES PSICOLÓGICOS CONDICIONANTES DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

MÉTODO

Objetivo General:

- ✓ Identificar la relación que existe entre factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.

Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar cuál es el factor psicológico predominante en estudiantes de psicología.
- ✓ Identificar el nivel de actitud emprendedora en alumnos de psicología.
- ✓ Describir cuál es el nivel de autoestima en la actitud emprendedora de los alumnos en psicología.
- ✓ Analizar el control interno de la actitud emprendedora que presentan los alumnos de la licenciatura en psicología.
- ✓ Explicar el nivel de innovación para la actitud emprendedora en los alumnos universitarios.
- ✓ Conocer el nivel de motivación de logro ante la actitud emprendedora con la que cuentan los alumnos universitarios.
- ✓ Relacionar el nivel de riesgo en la actitud emprendedora de los alumnos universitarios.
- ✓ Comprender la tolerancia a la ambigüedad de la actitud emprendedora en los alumnos universitarios

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero 2007).

La actitud emprendedora es un estado de alerta que detecta oportunidades de negocios con base en la variedad de percepciones individuales (Kirzner, 1973).

El valor del emprendedor se basa en el aprovechamiento de las oportunidades sin tomar en cuenta los procedimientos de una distribución mal asignada de recursos. La esencia del espíritu empresarial radica en la percepción y la explotación de nuevas oportunidades (Schumpeter 1928). Identifico a los empresarios como las personas que eran necesarias para revitalizar la economía y las organizaciones.

El ser humano tiene necesidades para poder subsistir en el contexto que se le rodea buscando ciertas maneras para lograrlo, el conformismo en la sociedad se presenta con mucha constancia y las posibilidades de que los jóvenes universitarios obtengan un empleo fijo es demasiado demandante.

Sin embargo se han realizado diversos estudios que benefician a los estudiantes, en donde existe una mayor aprobación y apoyo por parte de la sociedad, políticos y académicos a todos los que tiene una idea, iniciativas, o actitud emprendedora para formar nuevas empresas o microempresas siendo estas fundamentales para generar más empleos y un mayor bienestar dentro de la sociedad. En tanto esta necesidad de cambio ha aumentado por parte del sistema educativo para que logre ciertas motivaciones, destrezas, competencias y habilidades que le permita a su alumnado tener expectativas innovadoras para el futuro ya que el papel que realizan las universidades.

Como lo menciona Benavides (2004) es que el proceso de generación de nuevos emprendedores, no debería limitarse a la mera formación académica, sino que le

correspondería ir más allá, en donde no solo las instituciones educativas se deben seguir encargando de formar una sociedad de jóvenes emprendedores sino también que el gobierno habrá otras oportunidades y acceda a cambios favorables para la personalidad de cada individuo, así como los factores psicológicos que posee cada uno de ellos.

Estos factores son determinantes para que una persona logre ser un emprendedor exitoso. El concepto de empresario y de su figura se centra en reconocer quién es un emprendedor o empresario en términos de rasgos de personalidad. Dyer (1994) argumenta que partiendo de la aceptación del papel básico que estas personas desarrollan en el entorno social, es evidente que a medida que se conozcan mejor los rasgos personales que definen al emprendedor, se estará en una posición óptima para promover las iniciativas. Los comportamientos que se basan en aptitudes o habilidades se pueden aprender (Veciana, 1999) así como los conocimientos necesarios para llegar a ser emprendedor mediante ciertos apoyos institucionales, más no los rasgos psicológicos.

McClelland (1961), Collins (1964), cuando se empieza a configurar la teoría de los rasgos. Hay una idea entre los investigadores que es muy similar de que los emprendedores generalmente poseen las características, necesidad de logro, creatividad e imaginación, su propia confianza en las capacidades que poseen así como una gran capacidad de negociación y alta propensión al riesgo (Green 1996).

Asimismo Korunka (2003) ha estudiado las características de la personalidad de nuevos empresarios, considera que la personalidad del emprendedor debe tener ciertos rasgos o características específicas.

Por ello es importante que las Universidades impulsen esta actitud emprendedora en sus estudiantes, lo que llevaría a que se convirtieran en una pieza clave en ello, formando individuos capaces de utilizar todas sus habilidades y destrezas como conocimientos adquiridos.

Es por lo anterior que dicha investigación nos permitirá saber cuál de estos factores predomina y sobre todo conocer si dichos estudiantes en esta ciencia social poseen esa actitud emprendedora ya que estamos irremediabilmente en

una época de constantes desafíos y el estado de nuestra cuestión tiene su punto de partida indirectamente en la preocupación por el empleo, como herramienta clave del progreso social. Debemos entender que el empleo es un hecho normativo en las sociedades actuales, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la relación que existe entre factores psicológicos condicionantes y la actitud emprendedora de los estudiantes en la licenciatura de psicología?

Hipótesis

H₀: No existe relación estadística entre la actitud emprendedora y los factores psicológicos en estudiantes de la licenciatura en psicología.

H₁: Existe relación estadística entre la actitud emprendedora y los factores psicológicos en estudiantes de la licenciatura en psicología.

Tipo de estudio

La investigación realizada fue de tipo descriptivo correlacional, la cual consiste en identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales tienen en cierta forma un valor un tanto explicativo, con esto puede conocer el comportamiento de otra variable que estén relacionadas (Hernández, Fernández y Bautista, 2003). Es decir en la investigación realizada se identificó la relación que existe de los factores psicológicos condicionantes en la actitud emprendedora que presenta la población de los estudiantes en psicología.

Variables

V. Independiente: Factores psicológicos

Definición conceptual

Es un elemento o circunstancia condicionante que actúa y contribuye, junto con otra cosa, para producir un resultado, para la parte psicológica se mencionan tres teorías: la motivación, rasgos de la personalidad y la parte cognitiva (Cross y Travaglione 2003).

Para esta investigación se tomaron en cuenta los siguientes factores psicológicos:
Control percibido interno: proviene del 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 (Casique & López, 2007).

Autoestima: Según Robbins & Judge (2009) es el grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces, efectivos y sientan que tienen o no el control de su entorno.

Riesgo: para Espíritu y Sastre (2007) 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.

Tolerancia a la ambigüedad: es una característica especialmente necesaria para la toma de decisiones en la incertidumbre. Tolerancia a la ambigüedad, intuición y creatividad, están íntimamente ligadas Venciana, (1989) por lo tanto, teóricamente las personas que más toleran la ambigüedad son las que obtienen resultados superiores en su misión y en la búsqueda del crecimiento (Entrialgo, 1999).

Innovación: La innovación según Vesga (2009) es “el proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocios en las organizaciones.

Necesidad de logro: se ha relacionado con la probabilidad de convertirse en fundadores y de estar motivados para alcanzar el éxito. Es una actuación

individual mediante la cual se adquieren unas cualidades o características determinadas (McClelland, 1961).

Definición operacional

Para la recopilación de datos se utilizó el cuestionario de Actitud Emprendedora, este se elaboró con base a estudios empíricos previos como:

Kraus (2004) en la universidad católica de Uruguay, Cáceres y Cohene (2011) en la universidad de Itapúa y Espíritu (2011) realiza su investigación en la Universidad de Colima.

Para la investigación el cuestionario se validó a través de una prueba piloto con el fin de que fuera entendido por los estudiantes de la licenciatura en psicología del C.U UAEM Temascaltepec, Extensión Tejupilco, obteniendo un alfa de Cronbach 0.980 altamente confiable.

Dentro de las actitudes analizadas se consideraron: Autoestima, control percibido interno, innovación, necesidad de logro, tolerancia a la ambigüedad y riesgo.

V. Dependiente: actitud emprendedora

Definición conceptual.

Según Rodríguez (2007) define al **emprendedor** como aquel que detecta una oportunidad, la analiza, la estudia y se proyecta para crear una organización, es aquella persona que posee olfato, que cree en sus ideas y es capaz de llevarlas a cabo encontrando la manera de materializar sus sueños.

Vallerand (1994) plantea algunas características centrales de la **actitud**: a) es un constructo o variable no observable directamente; b) implica una organización, es decir, una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos; c) tiene un papel motivacional de impulsión y orientación a la acción aunque no se debe

confundir con ella y también influencia la percepción y el pensamiento; d) es aprendida; e) es perdurable; y, f) tiene un componente de evaluación o afectividad siempre de agrado-desagrado.

Ramírez, Almanza, Negrete (2009), consideran que una actitud y una conducta específica del emprendedor están orientadas a una fuente de motivación al logro, a esa capacidad de correr riesgos, cuando el logro depende de esta, se está dispuesto a asumir responsabilidades de nuestras decisiones, adelantándose siempre al futuro.

La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla (Quintero, 2007).

Definición operacional

Para la recopilación de datos se utilizó el Cuestionario de Actitud Emprendedora.

En el cual:

Para la variable de actitud emprendedora se tomaron en cuenta 3 elementos de las actitudes analizadas las cuales son: comenzar mi propio negocio, ser emprendedor(a), idea de tener mi propio negocio.

Población

La población estudiantil del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, Extensión Tejupilco de la licenciatura en psicología turno matutino y vespertino está distribuida en primero, tercero, quinto, séptimo y noveno semestre que corresponde a 375 estudiantes, con lo anterior, se calculara el tamaño de muestra por semestre en la licenciatura en psicología.

Muestra

Siendo necesario en este caso la obtención de una muestra probabilística estratificada, la cual se obtuvo por semestre en el tabla 7.

Tabla 7. Muestra estratificada de estudiantes de la licenciatura en psicología del CU UAEM Temascaltepec, Extensión Tejupilco.

Semestre	Subpoblación o estrato (Nn)
Primero M	45
Primero V	43
Tercero M	35
Tercero V	33
Quinto M	36
Quinto V	32
Séptimo M	37
Séptimo V	20
Noveno M	28
Noveno V	20

Fuente: elaboración propia.

Total 329

Instrumento

Para la recopilación de datos se utilizó el cuestionario de Actitud Emprendedora, este se elaboró con base a estudios empíricos previos como:

Ibáñez (2001) en su investigación analiza las actitudes como: autoestima, control percibido interno, innovación, necesidad de logro, tolerancia a la ambigüedad y riesgo.

Posteriormente se hicieron otras investigaciones previas como las de Kraus (2004) en la universidad católica de Uruguay y Cáceres y Cohene (2011) en la universidad de Itapúa

Espíritu (2011) realiza su investigación en la Universidad de Colima; en la cual los valores de alfa de Cronbach obtenidos para la variable dependiente: actitud emprendedora fue de 0.885 y para las variables independientes: locus de control interno 0.885, propensión al riesgo 0.846 y necesidad de logro 0.779.

Para la investigación el cuestionario se validó a través de una prueba piloto con el fin de que fuera entendido por los estudiantes de la licenciatura en psicología del C.U UAEM Temascaltepec, Extensión Tejupilco, obteniendo un alfa de Cronbach 0.980 altamente confiable.

El apartado de factores psicológicos consta de 70 reactivos que son en escala Likert, los cuales se estructuran de la siguiente manera: autoestima con 7 items, control percibido interno con 11 items, innovación 9 items, motivación de logro 9 items, riesgo 14 items y tolerancia a la ambigüedad con 20 items.

A continuación se describe cada uno de los factores con sus reactivos:

✓ **Autoestima**

Para la medición de este factor se utilizaron 7 ítems como en seguida se mencionan:

El factor autoestima, esto se debe a que los alumnos no están acostumbrados a realizar muy bien la parte de trabajo en cualquier proyecto en el que se está implicado, no se desenvuelve con la gente que tiene más éxito en reuniones de trabajo, se sienten cohibidos cuando están con personas de mucho éxito, no están seguros de sus propias ideas y capacidades, no les gusta exhibirse para impresionar a la gente con la que trabaja y por último no permanece durante mucho tiempo en un trabajo difícil

✓ **Control percibido interno**

En cuanto a la medición de control percibido interno se plantearon 11 ítems:

Siempre han trabajado duro para estar entre los primeros., cuando algo les va afectar aprenden todo lo que pueden sobre ello, en las oportunidades de negocio de las que sacan provecho son aquellas que crean, consideran que el entorno social y económico no afectara el éxito en los negocio, cuando quieren algo trabajan duro para conseguirlo, nunca se siente utilizado cuando trabajan en equipo, creen que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente, normalmente toman el control de situaciones sin definir, creen que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales y disfrutan estando en la posición de líder.

✓ **Innovación**

A continuación se dan a conocer los 9 ítems de innovación:

Los alumnos prefiero dejar que otros hagan las tareas rutinarias de un trabajo, creen que para tener éxito en los estudios deben dedicar tiempo a ellos y desarrollar nuevas oportunidades, para resolver bien un problema en la escuela es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema, llevan a cabo tareas de una forma original, les motiva pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio, buscan compañeros de

trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer cosas inusuales, disfrutan buscar nuevos enfoques para ideas conocidas.

✓ **Motivación de logro**

Este factor consta de 9 ítems que son los siguientes:

Los jóvenes se apasionan en su desarrollo profesional y les gusta estar entre los mejores, es por ello que siempre toman una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que están comprometidos funcionen mejor y tienden a enorgullecerse por los resultados que han logrado en sus actividades habituales, lo más importante a la hora de seleccionar equipos de trabajo es que sean competentes para que tengan un buen resultado.

✓ **Riesgo**

A continuación se describen los 14 ítems que conforman al factor de riesgo:

Se consideran con poca aversión al riesgo, por tanto no les molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido, les parece que si no asumen riesgos se quedan estancados, les gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos, en ocasiones suelen apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras, así mismo están dispuestos a afrontar el fracaso con tal de ampliar más sus horizontes.

✓ **Tolerancia a la ambigüedad**

El factor de tolerancia a la ambigüedad se constituye de 20 ítems los cuales se mencionan a continuación:

Los jóvenes tienen bien definidos sus objetivos y metas, mantienen sus asuntos claros y en orden, dirigen sus acciones a la resolución de los problemas, hacen cosas nuevas y diferentes, toman la iniciativa ante situaciones complejas y nuevas y sin retrasos, dirigen sus esfuerzos a objetivos claros, precisos y organizados, solucionan problemas con rapidez, hacen cosas que jamás había hecho antes, y más de lo que espera de ellos, manteniendo firme sus opiniones y creencias, planifican su trabajo con antelación, siempre van directo al punto clave, se esfuerzan por cumplir alguna cosa importante, no rehúyen a los problemas, les gusta analizarlos y buscan asesoría cuando hace falta.

Donde las opciones de respuesta a las preguntas son las siguientes:

1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= Rara vez, 4= Continuamente, 5= A menudo, 6= Casi siempre, 7= Siempre.

Para la variable de actitud emprendedora se tomaron en cuenta 3 elementos de las actitudes analizadas las cuales son: comenzar mi propio negocio, ser emprendedor(a), idea de tener mi propio negocio.

Diseño de investigación

El tipo de diseño que se utilizó para la investigación fue de tipo no experimental transversal, ya que en el primer tipo se realizó sin la manipulación deliberada de variables en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos, en el segundo tipo se encargó de recolectar datos en un momento único, describe variables en un momento dado (Hernández, 2003).

Captura de información

La recolección de datos se llevó acabo en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec Extensión Tejupilco, se solicitó el apoyo al coordinador de la licenciatura en psicología.

Se realizó un registro para llevar un control de cada grupo, el registro del alumno y semestre ya que los alumnos asistieron a la sala de cómputo para responder el cuestionario en línea. Inicialmente se explicó la objetividad de su participación donde se dieron a conocer las instrucciones y posteriormente se aclararon dudas. La aplicación fue de 329 cuestionarios por vía internet y tuvo una duración de dos semanas, el tiempo requerido para contestarlo era de 35 a 40 minutos.

Procesamiento de la información

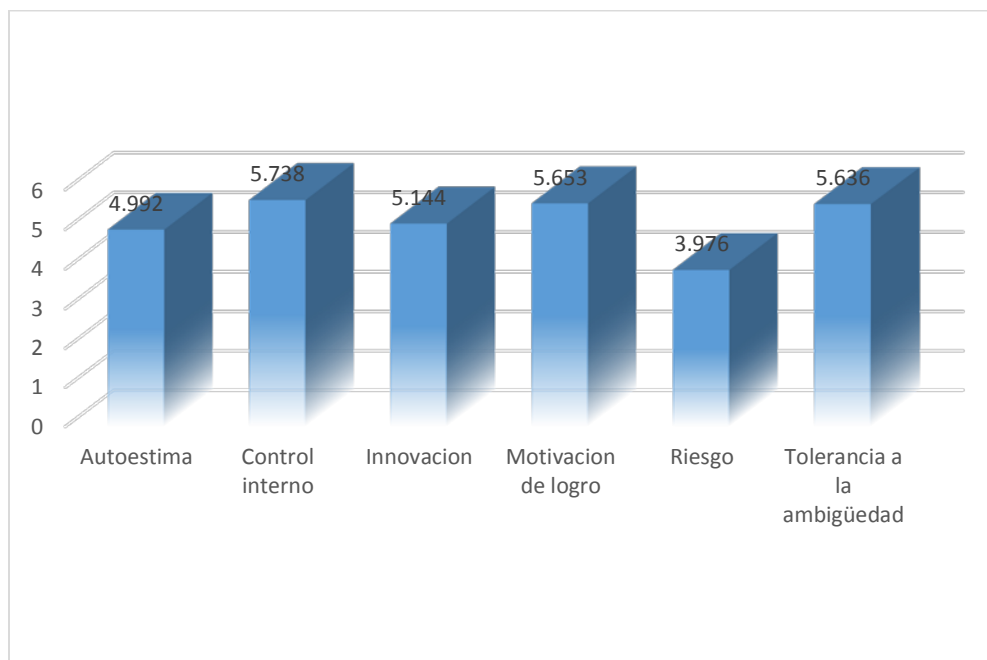
Se procesaron cuestionarios de los estudiantes a través del paquete estadístico SPSS versión 20.0 para después analizarlos.

En primera instancia se obtuvo el estadístico descriptivo como media, frecuencias y modas los cuales se presentaron en tablas considerando los factores psicológicos. Además se calculó la variable categórica, una vez hecho esto se calculó la correlación R de Pearson para ver la relación que existe entre actitud emprendedora factores psicológicos.

RESULTADOS

En este apartado se describen los resultados obtenidos de la evaluación de los factores psicológicos que influyen en la actitud emprendedora de los alumnos de la licenciatura en psicología del Centro Universitario UAEM Temascaltepec Extensión Tejuzilco.

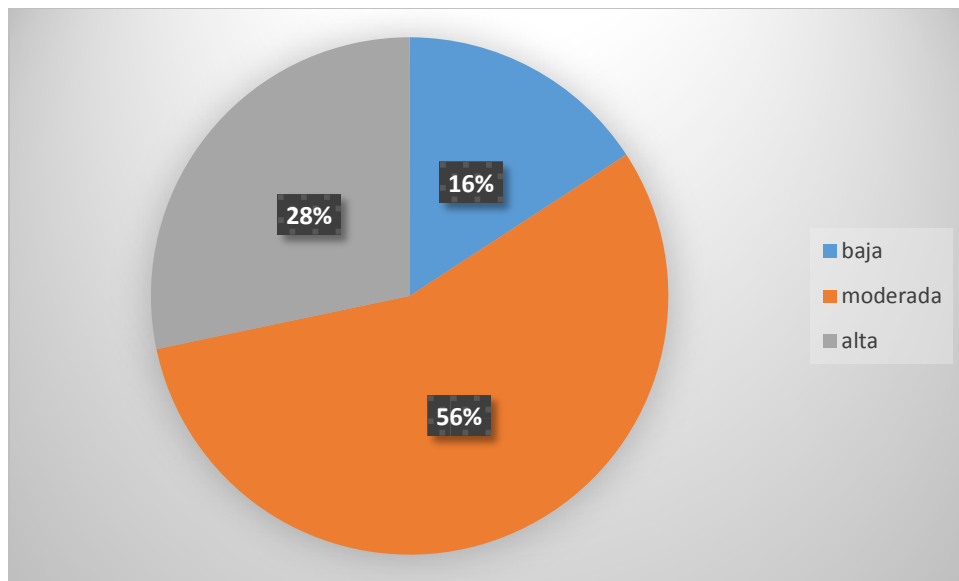
Gráfico 1: Factores psicológicos en los alumnos de la licenciatura en psicología.



Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

En el gráfico 1 el factor psicológico que más se presenta en los alumnos es el control percibido interno con promedio de 5.738, seguido por el factor de motivación de logro con 5.653, siguiéndolo el factor de tolerancia a la ambigüedad con 5.636, innovación con 5.144, autoestima con 4.992 y riesgo con 3.976.

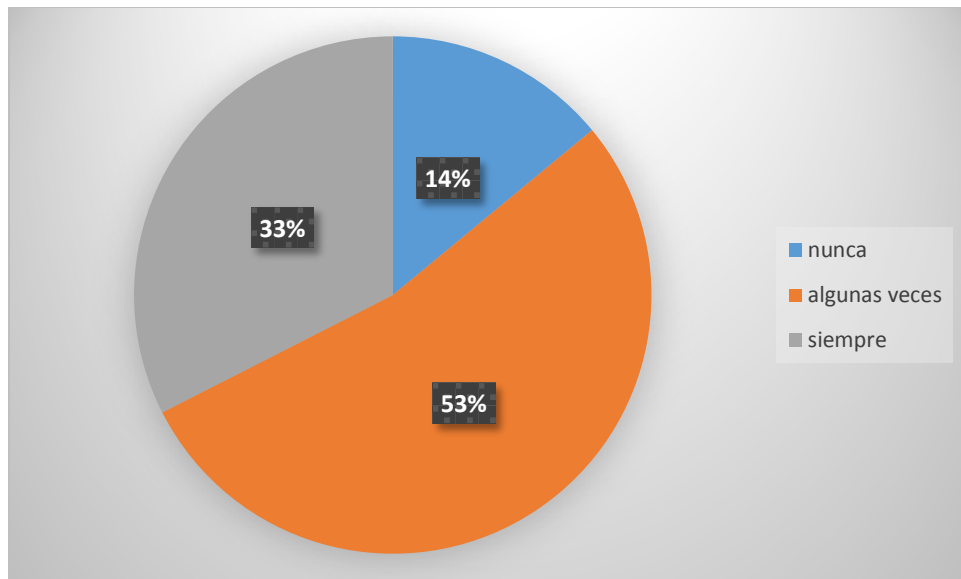
Gráfico 2. Nivel de autoestima en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.



Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

De acuerdo al gráfico 2 los resultados de la evaluación de los factores psicológicos que influyen en la actitud emprendedora, la autoestima se presenta en nivel bajo en un 16% de la población, en nivel moderado en un 56% y un nivel alto en un 28%.

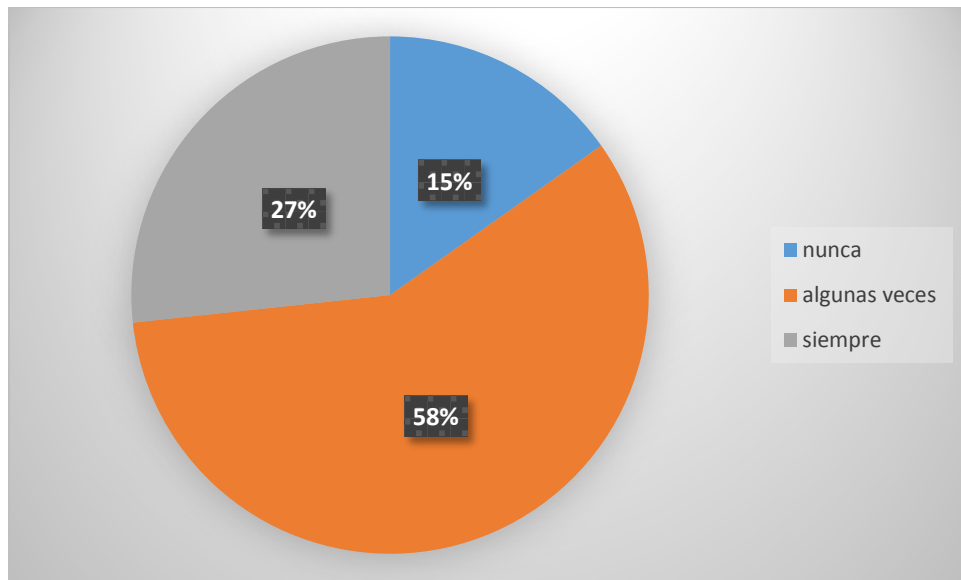
Gráfico 3. Nivel de control interno en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.



Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

En el gráfico 3 la evaluación de los factores psicológicos el control interno se presenta siempre en un 33% en la población, el 53% algunas veces y el 14% nunca muestra control interno.

Gráfico 4. Nivel de innovación en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.

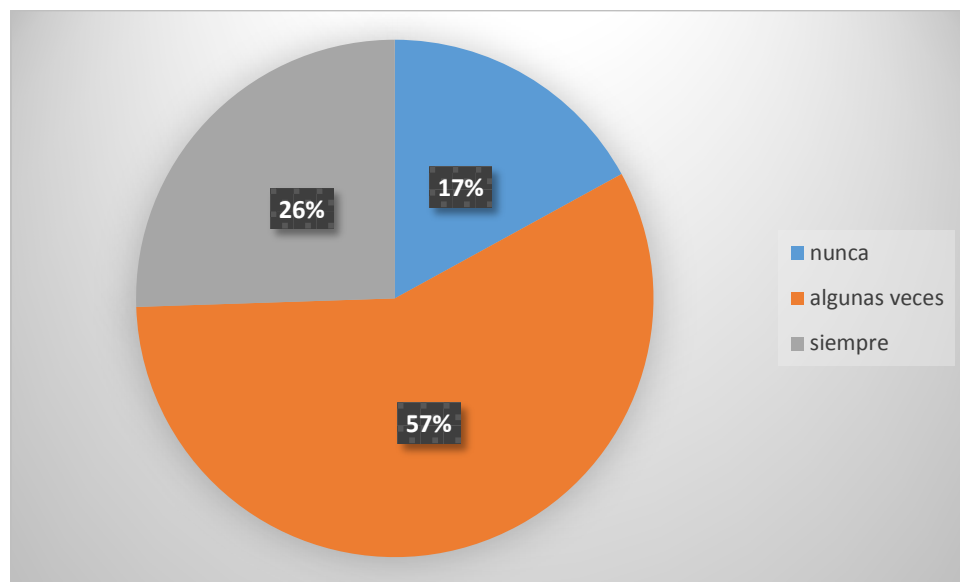


Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

Los resultados obtenidos en el gráfico 4 del Nivel de Innovación en los factores psicológicos que influyen en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura de psicología, se puede observar que el 15% de los alumnos nunca

presentan un nivel de innovación, mientras que el 58% de la población algunas veces y el 27% siempre.

Gráfico 5. Nivel de necesidad de logro en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.

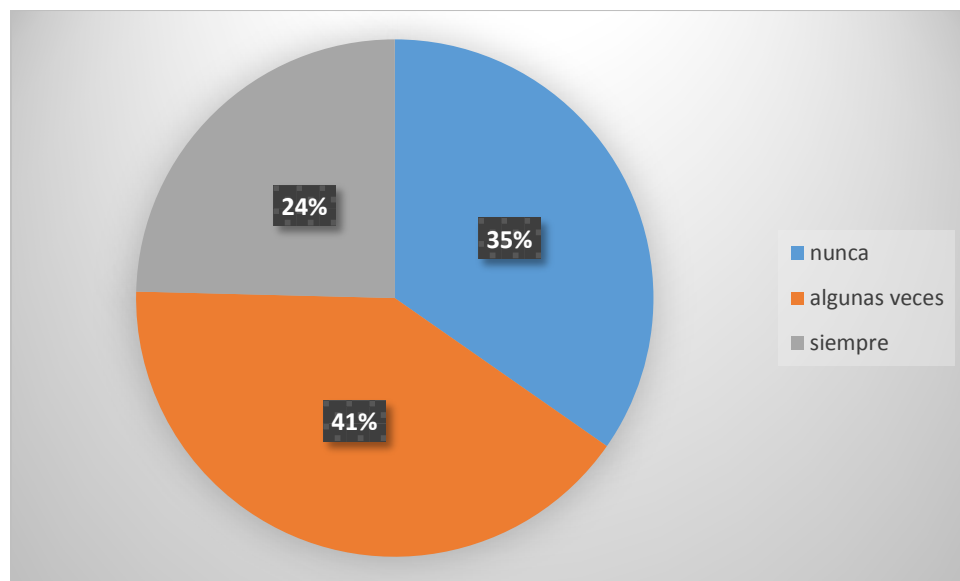


Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

El gráfico 5 muestra que los resultados del nivel de necesidad de logro en los factores psicológicos de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura

en psicología se puede observar que el 17% de la población nunca muestra necesidad de logro ante la actitud emprendedora, el 57% algunas veces y el 26% siempre.

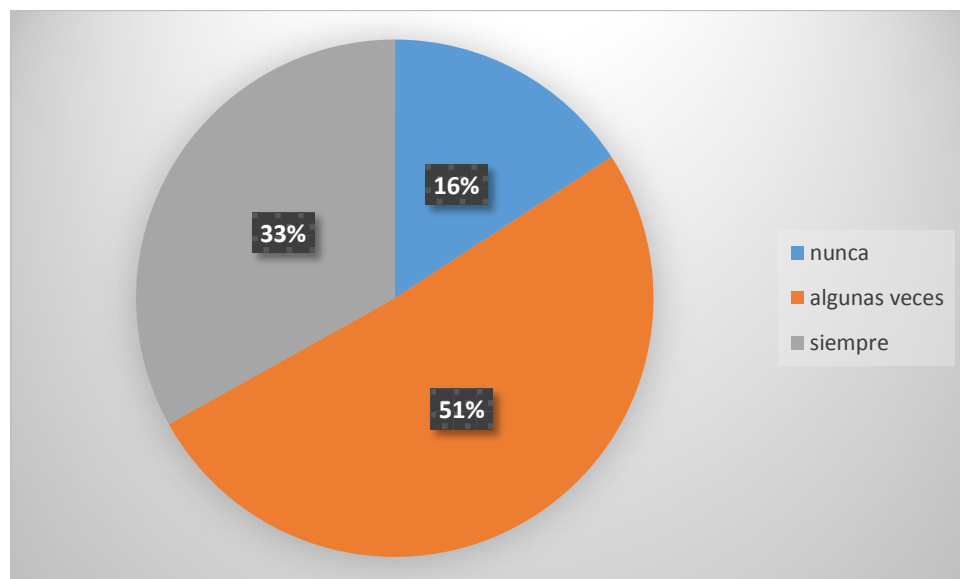
Gráfico 6. Nivel de riesgo en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.



Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

En el gráfico 6 se muestra el nivel de riesgo de los resultados obtenidos de los factores psicológicos de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología se puede observar que el 35% nunca muestra riesgo en la actitud emprendedora, el 41% de la población algunas veces y el 24% siempre.

Gráfico 7. Nivel de tolerancia a la ambigüedad en la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología.



Fuente: elaboración propia con base a los resultados obtenidos

De acuerdo al gráfico 7, los resultados del nivel de tolerancia a la ambigüedad de los factores psicológicos de la actitud emprendedora en estudiantes de la licenciatura en psicología se puede observar que el 16% nunca muestra tolerancia a la ambigüedad en la actitud emprendedora, el 51% de la población algunas veces y el 33% siempre.

En la tabla se muestra que los factores psicológicos y la actitud emprendedora en estudiantes de psicología existe una correlación significativa ($P < 0.05$) en el control interno, la innovación, motivación de logro, tolerancia a la ambigüedad y riesgo con niveles de significancia menor .005, el único factor que no obtuvo una correlación significativa fue el de autoestima con un nivel de significancia de .054

TABLA 1: Correlación en los factores psicológicos y la actitud emprendedora en estudiantes de psicología.

		AUTOESTIMA	CONTROL INTERNO	INNOVACION	MOTIVACION DEL LOGRO	RIESGO	TOLERANCIA A LA AMBIGÜEDAD
Actitud Emprendedora	Correlación de Pearson	.106	.417**	.499**	.393**	.116*	.444**
	Sig. (bilateral)	.054	.000	.000	.000	.035	.000
	N	329	329	329	329	329	329

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Por lo tanto los estudiantes de la licenciatura en psicología de C.U.UAEM Temascaltepec, extensión Tejupilco, demuestra que no existe una relación significativa de actitud emprendedora en el factor autoestima, esto se debe a que los alumnos no están acostumbrados a realizar muy bien la parte de trabajo en cualquier proyecto en el que se está implicado, no se desenvuelve con la gente que tiene más éxito en reuniones de trabajo, se sienten cohibidos cuando están con personas de mucho éxito, no están seguros de sus propias ideas y capacidades, no les gusta exhibirse para impresionar a la gente con la que trabaja y por ultimo no permanezco durante mucho tiempo en un trabajo difícil

Para los factores de control interno, la correlación es significativa con la actitud emprendedora ya que siempre han trabajado duro para estar entre los primeros., cuando algo les va afectar aprenden todo lo que pueden sobre ello, en las oportunidades de negocio de las que sacan provecho son aquellas que crean, consideran que el entorno social y económico no afectara el éxito en los negocio, cuando quieren algo trabajan duro para conseguirlo, nunca se siente utilizado cuando trabajan en equipo, creen que cualquier organización puede llegar a ser más efectiva empleando a personal competente, normalmente toman el control de situaciones sin definir, creen que es necesario pasar mucho tiempo planeando las actividades empresariales y disfrutan estar en la posición de líder.

En cuanto al factor innovación existe una relación significativa con actitud emprendedora, puesto que los alumnos prefiero dejar que otros hagan las tareas rutinarias de un trabajo, creen que para tener éxito en los estudios deben dedicar tiempo a ellos y desarrollar nuevas oportunidades, para resolver bien un problema en la escuela es importante cuestionarse todas las suposiciones previas que se dieron por buenas al plantearse dicho problema, llevan a cabo tareas de una forma original, les motiva pensar en nuevas ideas que estimulen un negocio, buscan compañeros de trabajo que se entusiasmen explorando nuevas formas de hacer las cosas, les entusiasma hacer cosas nuevas e inusuales, disfrutan buscar nuevos enfoques para ideas conocidas.

La motivación de logro tiene una relación significativa con la actitud emprendedora ya que los jóvenes se apasionan en su desarrollo profesional y les gusta estar entre los mejores, es por ello que siempre toman una considerable suma de tiempo para hacer que las cosas con las que están comprometidos funcionen mejor y tienden a enorgullecerse por los resultados que han logrado en sus actividades habituales, lo más importante a la hora de seleccionar equipos de trabajo es que sean competentes para que tengan un buen resultado.

El factor de riesgo tiene una relación significativa con la actitud emprendedora ya que los jóvenes se consideran con poca aversión al riesgo, por tanto no les molesta la incertidumbre y el riesgo que suele provocar lo desconocido, les parece que si no asumen riesgos se quedan estancados, les gusta la agitación y la emoción que implica tomar riesgos, en ocasiones suelen apostar por buenas ideas, aunque no sean del todo seguras, así mismo están dispuestos a afrontar el fracaso con tal de ampliar más sus horizontes.

La tolerancia a la ambigüedad tiene una relación significativa con la actitud emprendedora, los estudiantes tienen bien definidos sus objetivos y metas, mantienen sus asuntos claros y en orden, dirigen sus acciones a la resolución de los problemas, hacen cosas nuevas y diferentes, toman la iniciativa ante situaciones complejas y decisiones sin retrasos, dirigen sus esfuerzos a objetivos precisos y organizados, solucionan problemas con rapidez, hacen cosas que jamás había hecho antes, y sus opiniones firmes y creencias, planifico su trabajo con antelación, siempre van directo al punto clave, se esfuerzan por cumplir alguna cosa importante, no rehúyen a los problemas, les gusta analizarlos y buscan asesoría cuando hace falta.

Derivado de lo descrito en los párrafos precedentes la hipótesis nula se rechaza y se acepta la hipótesis alternativa, ya que como se mencionó los factores que tienen relación son: control interno, innovación, motivación de logro tolerancia a la ambigüedad y riesgo.

DISCUSIÓN

La actitud emprendedora ha sido un tema que ha impactado en distintas partes del mundo, es así como el gobierno mexicano se ha interesado en apoyar e implementar el desarrollo de las micro y macro empresas en la misma sociedad ha tenido una aceptación positiva a este suceso, ya que logra generar un mayor recurso económico.

Las universidades son otra fuente de información y apoyo para formar personas emprendedoras que impulsan a sus estudiantes a que sean innovadores y no personas conformistas, que aspiren más allá de una carrera profesional, creando ideas y estrategias que logren emprender un negocio propio con éxito y un buen funcionamiento.

En cuanto a la investigación se puede observar que existe una relación significativa entre la variable actitud emprendedora y los factores psicológicos en el control percibido interno, la innovación, motivación de logro, tolerancia a la

ambigüedad y riesgo, el único factor que no tiene una correlación significativa es la autoestima. Dichos resultados coinciden con la definición de Quintero (2007), quien menciona que la actitud emprendedora es una conducta permanente de administrar los recursos para generar resultados según la actividad en que se desarrolla, menciona que en ella intervienen factores psicológicos que estimulan a las personas para crear una empresa, los cuales son: la necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima, riesgo y tolerancia a la ambigüedad son el dominio que tiene la personalidad del individuo y su conducta hacia la creación de empresas.

En cuanto a la autoestima Robbins y Judge (2009) mencionan que es el grado en que los individuos se agradan o desagradan a sí mismos, sea que se vean como capaces y efectivos, y sientan que tienen o no el control de su entorno.

De acuerdo a la evaluación el factor de autoestima muestra que 88 personas de la población presentan un nivel alto ante la actitud emprendedora, estos son sujetos seguros para realizar lo que desean lograr y que muy probablemente serán futuros emprendedores capaces de competir ya que cuando se habla de autoestima elevada hay dos dimensiones relevantes que son la competencia y el valor (Gecas, 1982). De esta forma la competencia es el grado en que la persona se ve a sí misma capaz y eficaz y el valor hace referencia al grado en que la persona se siente a sí misma un individuo de valía (Cast & Burke, 2002).

La percepción que una persona tiene sobre la fuente de su destino se conoce como locus de control o control percibido interno, en donde Casique & López, (2007) señalan que 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. Para el control percibido interno una gran parte de los estudiantes refieren que es un factor que se debe presentar para lograr emprender ciertas actividades, retomar esas ideas innovadoras y controlar los eventos de sus actividades, por tanto el factor de control interno tuvo un aumento a diferencia de la autoestima ya que son 104 personas de la población

que aseguran que es un factor necesario para emprender ciertas ideas o tener intenciones de crear su propio negocio ya que las características necesarias que comprenden el control interno, es tener confianza y creencia en sí mismo, contar con energía personal suficiente para buscar oportunidades e iniciativas innovadoras. Así mismo Lee y Tsang (2001) mencionan que el control percibido interno es otra de las cualidades imprescindibles que deben poseer los emprendedores, ya que deben tener un control de la decisión que toman para poder lograr sus objetivos, ya que en ocasiones, algunos empresarios tienden a subestimar la probabilidad del fracaso y decidir a favor de las opciones arriesgadas.

En cambio la variable de experiencia previa no presentó una relación significativa. Se dice que la actitud emprendedora de los alumnos declina a medida que estos van avanzando su ciclo académico.

Solo los rasgos de control interno y necesidad de logro obtuvieron una influencia significativa.

Por otra parte Mescon y Montanari (1981) refieren que el control percibido interno de los empresarios es mayor que el de la población en general, ya que otras personas creen que el resultado de sus acciones no depende de sus decisiones ni de sus esfuerzos, y que difícilmente podrán ser emprendedores.

Por lo contrario en dicha investigación se encontró que una mayor parte de los alumnos en psicología también creen que el control interno es un factor necesario que influye para poder tomar ciertas decisiones, así mismo poder crear o dirigir una empresa y ser personas innovadoras.

La innovación según Vesga (2009) 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.

El nivel de Innovación en los factores psicológicos los estudiantes en Psicología se puede observar que un mínimo de 45 personas consideran que no son innovadoras mientras que casi el doble de los sujetos antes mencionados son personas que tienen 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, una nueva idea que se emplea para iniciar o mejorar un producto, proceso o servicio. De esta forma se observa que la innovación es llevar a cabo actividades o cosas de una manera diferente.

En tanto McClellan (1961) señala que la necesidad de logro es concebida como el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas y que se ha relacionado con la probabilidad de convertirse en fundadores y de estar motivados para alcanzar el éxito. Así mismo, este factor se presenta en los alumnos de psicología ya que los jóvenes tienen esa aspiración de poder sobresalir y lograr superarse como personas, tienen el deseo de querer ser innovadores siendo responsables para alcanzar el éxito.

Para Lee y Tsang (2001) la necesidad de logro es un rasgo de la personalidad que tiene un mayor impacto sobre el desempeño de la inversión de los empresarios o crecimiento de la empresa. En consecuencia, en el estudio realizado se muestra que el rasgo necesidad de logro es una característica que si poseen los alumnos en psicología ya que tienen intenciones de crear su propio negocio. Por tal razón, si se quieren conseguir logros personales es necesario que se tenga vigor y energías excepcionales que habitualmente se presume en el empresario.

Por tanto en los resultados obtenidos nivel de riesgo en los factores se puede observar que la mayoría de los estudiantes no revelan riesgo ya que no son altamente convincentes, ni ambiciosos, no les gusta correr riesgos esto puede ser porque en el plan de estudios en psicología son pocas las materias que tienen relación con el tema al igual que como lo menciona McCarthy (2003) encuentra que la propensión al riesgo de los emprendedores está fuertemente vinculada con la personalidad que posean los emprendedores de tipo carismático son visionarios, altamente persuasivos, ambiciosos y poseen metas ideales son tomadores de riesgo, lo hacen basándose en la experiencia que fueron adquiriendo en fracasos anteriores. En cambio, los emprendedores de tipo

práctico son más cautelosos, más racionales, toman riesgo calculando y planificando exactamente el negocio al cual apuntan.

Por último la mayoría de los alumnos poseen tolerancia a la ambigüedad esto indica que es un factor necesario para poder lograr lo que se desea en la búsqueda de crecimiento y en la toma de decisiones ante la incertidumbre. Es así como lo menciona Etrialogo (1999) que los empresarios necesitan tener un alto grado de tolerancia a la ambigüedad para que tomen decisiones acertadas en un ambiente de incertidumbre. En tanto Veciana (1989) considera que la tolerancia a la ambigüedad, intuición y creatividad, están íntimamente ligadas.

En comparación con otras investigaciones se encuentra que:

Espíritu (2011) encontró que el factor de necesidad de logro reflejo positivamente en los alumnos de la universidad de Colima ya que los que son poseedores de estos rasgos tienen fuerzas impulsoras que los mueven hacer cosas con eficiencia y excelencia, buscando alta responsabilidad en su desempeño.

Al igual Espíritu y Sastre (2007) al igual que esta investigación descubrieron que existe una relación significativa de la actitud emprendedora y los factores psicológicos que son necesidad de logro, control interno, tolerancia a la ambigüedad y el riesgo.

Pulgarin (2011) presenta que las características que mostraron menor calificación son persuasión de redes de apoyo y correr riesgo, en este caso en cuestión a la media de los alumnos en psicología el riesgo es el factor que menos se presenta ya que no se les orienta a aprovechar las oportunidades en contextos inciertos. Con respecto a la investigación de Espíritu (2011) en la Universidad de Colima, al factor de propensión al riesgo se posiciono en un nivel positivo es decir que los estudiantes les agrada asumir riesgos y son personas que tienen mucha iniciativa. Para Kraus (2005) obtuvo como resultado que los alumnos de carreras empresariales se inclinan más por la creación de empresas. Dentro de las actitudes emprendedoras podemos encontrar con un mayor control percibido interno y planificación. En tanto los alumnos de psicología se observa que son capaces de mostrar un control percibido interno altamente significativo ya que

estos son capaces de controlar sus decisiones que toman y así lograr sus objetivos.

Así mismo referente a los resultados de las variables psicológicas Espíritu (2011) encontró que la variable de control percibido interno represento un nivel alto altamente significativa esto indica que los alumnos tienden atribuir el éxito y el fracaso, también manifiestan interés por asumir tareas difíciles.

En el estudio de Mora (2009) cuyo tema es actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas en Colombia se encontró que el factor de autoestima: fue uno de los más elevados a diferencia de los resultados de los estudiantes en psicología que el único factor en el cual no existe una relación significativa con la actitud emprendedora es la autoestima.

Se observa que los factores que se mencionan en párrafos precedentes influyen de cierta manera para determinar la actitud emprendedora en las distintas investigaciones son otros factores los que establecen una actitud emprendedora, en definitiva, todos los factores que se retomaron en esta investigación se toman en cuenta, sin embargo es importante mencionar que existen otros rasgos como autoeficacia emocional, valores personales, autodirección, que tiene la misma finalidad de definir o influir en la actitud emprendedora.

La actitud emprendedora de los jóvenes universitarios se puede mejorar tomando en cuenta el plan de estudios ya que es un proceso que puede ayudar a los alumnos para que tengan la necesidad de superación personal, así mismo la flexibilidad para incorporarse, saber idear y estrategias para desarrollarlas, con esto se propone formar jóvenes que sean más innovadores, arriesgados, que puedan tener control de impulsos, que la necesidad por lograr objetivos se cumpla, que sean tolerantes a la ambigüedad, más comunicativos, participativos, persistentes, idealista, dependientes y amables.

CONCLUSIONES

Dentro de esta investigación podemos concluir que la actitud emprendedora es un estado de alerta que detecta negocios con base en la variedad de percepciones individuales en el valor del emprendedor que se basa en el aprovechamiento de las oportunidades de negocios asumiendo riesgos, donde el individuo obtiene beneficios económicos, y de igual manera se vea reflejado en sí mismo su crecimiento personal y profesional en cuanto al ámbito que se desenvuelva.

El emprendedurismo es considerado una herramienta que implementa estrategias para algún negocio y posteriormente ponerlo en marcha, así mismo generar nuevas fuentes de trabajo, en cambio emprender es un conjunto de características que hacen actuar a una persona de determinada manera para demostrar ciertas competencias para visualizar y alcanzar sus objetivos.

Un emprendedor es calificado como una persona que tiene sueños, metas, que se arriesga enfrentando resultados, planea lo que desea alcanzar sin límites y obtener un beneficio.

Una actitud es el comportamiento positivo o negativo de un ser humano con reacciones favorables o desfavorables hacia cierta situación o acción.

El dominio que tiene la personalidad del individuo y su conducta hacia la creación de empresas han enfatizado que ciertos factores psicológicos estimulan a las personas para crear un negocio, estos factores pueden ser como la necesidad de logro, innovación, control percibido interno, autoestima, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

No es tarea fácil identificar con claridad cuál debe ser el perfil del emprendedor, pero muchos autores reflexionan que los factores psicológicos son básicos para el perfil, cada uno ha explicado la importancia y la influencia que tienen para que una persona se incline a querer emprender y tenga actitudes favorables a emprender un negocio.

En tanto fue necesario explicar un capítulo en cuanto al contexto en el que se realizó dicha investigación que fue el Centro Universitario, UAEM, Temascaltepec extensión Tejupilco la cual cuenta con la licenciatura en psicología la cual se encarga de analizar, interpretar y conocer el comportamiento humano, esta carrera oferta algunas materias que tienen relación al emprendedurismo pero que aún limita al alumno a tener ciertas iniciativas empresariales. Para ello fue necesario realizar tablas donde se da a conocer el plan de estudios de la licenciatura antes mencionada y explicar cuáles son las materias que se imparten y que tienen relación con el emprendedurismo

Finalmente de acuerdo con los datos obtenidos en la población de estudiantes de la licenciatura en psicología se obtuvo que:

La actitud emprendedora tiene una correlación significativa en el control interno, la innovación, motivación de logro, tolerancia a la ambigüedad ya que son los que más se presentan a los estudiantes.

En cuanto al factor de autoestima no existe una correlación significativa con la actitud emprendedora y el factor de autoestima ya que no todos los estudiantes son capaces de tener un control sobre su entorno.

El factor que más se presenta en los alumnos de acuerdo a la media es el control interno ya que los psicólogos muestran tener cierto control sobre las decisiones para lograr sus objetivos.

El riesgo es el que menos se presenta en los alumnos, ya que son muy pocas las personas que toman el riesgo y no todos aprovechan las oportunidades que se les presentan.

SUGERENCIAS

De acuerdo a la investigación realizada se recomienda a la institución que implemente materias en el plan de estudios que tengan relación con el emprendedurismo para que impulsen a los jóvenes a generar ideas ya que son pocas las materias que se ofertan de acuerdo al tema, y de esta manera se prepare mejor a los universitarios con las estrategias necesarias para que puedan poner en marcha sus ideas.

Que se fomente la actitud emprendedora en los estudiantes a través de proyectos innovadores e interesantes propuestos por la misma institución y que tengan que ver con la licenciatura para llamar la atención del alumnado.

Que se implementen cursos y talleres en la institución acerca de cómo realizar un proyecto y los pasos a seguir para emprender un negocio

Que se dé al alumnado información y herramientas más específicas sobre la implementación de un negocio, requisitos y estrategias necesarias para su buen funcionamiento.

Que se dé más información detallada acerca de los concursos que realiza la misma institución para llamar la atención de los alumnos.

REFERENCIAS

Aignerren, M. (2012). "Técnicas de medición por medio de escalas". Revista electrónica la sociología en sus escenarios, vol. 25, pp. 2-6

Ajzen, 1991:"the theory of plannet behavior", organizational behavior and human decisión proceses, vol 50.

Alarcon. A (2004).Teorías sobre la figura del emprendedor. Recuperado de file:///C:/Users/Administrador/Downloads/25785-25709-1-PB.pdf.

Alcaraz, (2001). "Emprendedor de exito", Mexico,Mc Graw-Hill pp.288.

Alcaraz, R (s.f). Efectividad del Curso de Emprendedores, en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno. Recuperado de

<http://www.mty.itesm.mx/rectoria/dda/rieee/pdf-II/s1/01DAFRafaelAlcarazFinal.pdf>

- Alcaraz, R. (2004). "Efectividad del Curso de Emprendedores, en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno". Departamento Académico de Administración, DAF, RZMM.
- Alcover, C.M. (2002). El contrato psicológico. El componente implícito de las relaciones laborales. Málaga: Aljibe.
- Alfaomega.
- Almeida Couto, J.P y Borges Tiago, M.T. (2009) "Propensity for Entrepreneurship Among University Students". The Business Review, Cambridge Vol. 12, No. 1, 308-316.
- Amaru, A.C. (2008). Administración para Emprendedores. Pearson Educación, 1ª. Edición. México.
- Anónimo, (2011). Plan de estudios de la licenciatura en psicología
- Ayala Aguirre, Francisco G. (1999) La función del psicólogo como asesor. México: Trillas.
- Benavides, M.; Sánchez, I. (2004): "El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". Servei de Publicacions Universitat de Valencia, cap. pp. 24, 403-419.
- Bidhe A. (1999). "las preguntas que todo emprendedor ha de responder ediciones Deusto, Bilbao."
- Bird, B. (1989): Entrepreneurial Behavior. Glenview, Ill.: Scott, Foresman.
- Branden, N (1993). El poder de la autoestima. Como potenciar este importante recurso psicológico. Editorial Paidós. España.
- Brockhaus, R.H. & Horwitz, P.S. (1986). "The psychology of the entrepreneur" in D.L. Sexton & R.W. Smilor (Eds) The art and science of entrepreneurship, 25-48. Cambridge: MA. Ballinger Publishing Company.

- Brockhaus, R.H. (1982). "The psychology of the entrepreneur" in C.A. Kent, D.L. Sexton & K.H. Vesper (eds) in Enciclopedia of Entrepreneurship, 39-71. Englewood Cliffs. N.J: Prentice Hall.
- Busenitz, L. W. (1999). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Management*, 9-30.
- Cano, C.J; García, J.; Gea, A.B. (2004). Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios, en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E.; El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 9, 143-160.
- Casique A & López, F. (2007) El locus de control. *Revista panorama administrativo* año 1 No. 2 pp. 193.
- Cast A. & Burke, P. (2002). "An theory of self-esteem". *Social forces* Vol 80 pp.1041-1068.
- Club de gestión de calidad, (1988): *Mejora en la formación universitaria: sugerencias desde la empresa*. Madrid
- Comisión Europea, (2003): *Libro verde el espíritu empresarial en Europa*. Bruselas, servicio publicaciones comisión Europea.
- Cooper, A. C. (1985). "The role of incubator organizations in the founding of growth oriented firms", *journal of business venturing*, vol. 1 (1), 75-86.
- Costa Rica, (2001). *Espíritu Emprendedor*, Revista del Centro de Incubación de Empresas.
- Cross, B., y Travaglione, A. (2003). The untold store: is the entrepreneur of the 21 st century defined by emotional intelligence? *The International Journal of Organizational Analysis*, 221-228.
- De la Vega, I. (2011). *Zapatero al rescate de las pymes: ¿Es suficiente? Creación de Empresas*. focus.ie.edu. recuperado de: See more at: <http://focus.ie.edu/es/zapatero-al-rescate-de-las-pymes-%C2%BFes-suficiente#sthash.tyy3KKqq.dpuf> 2011

- De pablo, I.; Casani, F.; Santos, B.; Cabezuelo, A. (2001): «la creación de empresas en la universidad: el caso de la Universidad Autónoma de Madrid» en XI congreso nacional de acede, Zaragoza.
- Drucker, P.F. (1993) "Innovation and entrepreneurship". Harper & row. New York.
- Entrialogo, M.; Fernández, E.; Vazquez, C. J. (1999a): "el perfil empresaria".
- Espíritu, R. & Sastre, M. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de estudios empresariales. Vol. 17 pp.95.
- Facultad de Psicología-UNAM (2008), Plan de estudios aprobado por el H. Consejo Universitario, en: https://www.dgae.unam.mx/planes/f_psicologia/Psicol.pdf (consulta: 2 de marzo de 2010).
- Fazio, R.H. (1992) How do attitudes guide behavior, en Sorrentino y Higgins (eds.) Handbook of motivation and cognition, Nueva York, Wiley.
- Figuroa R., S. (2000), January). Accreditation Committee of Nacional Council for Teaching and Research in Psychology (CA-CNEIP). Report for the Meeting of the Psychology Executives Roundtable (PER). Santa Fe, New Mexico.
- Formaini, (2002). "La maquia del preceso capitalista los entrepreneurs en la Teoria Economica" recuperado de ([http://www. Eseade. Edu. ar/servicios/libertas/9_1_formaini.pdf](http://www.Eseade.Edu.ar/servicios/libertas/9_1_formaini.pdf)) consulta 28/02/16.
- Furnhan, A. (1995), "Personalidad y diferencias individuales en el trabajo", Madrid. Editorial Pirámide.
- García, A. E. (2008). Motivación individual. Consultado el 21 de marzo del 2006, de: [http://grupos. emagister.com/documento/ administración_motivación_y_organización_/1048-38669](http://grupos.emagister.com/documento/administración_motivación_y_organización_/1048-38669).
- Gennero, A. y Liseras, N. (2001) "Supervivencia y desempeño de nuevas firmas: Evidencia de un estudio de panel en cinco ciudades argentinas". Mimeo, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Gerber (1996). Revista Futuros, vol. LI, num. 6. 2004 <http://www.revistafuturos.info> consulta 21/03/2016.
- Grupo de investigación Revista Edufisica (s. f) "Las actitudes" (<http://www.edufisica.com/formato.pdf>) Consulta 23/03/2016.

- Gürol, Y.; Atsan, N. (2006). "Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for entrepreneurship education and training in Turkey" *Education and Training*, Vol 48. : 25-38.
- Gutiérrez, Amador y López, (2010). "El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades san marcos de Perú y Guadalajara de México – centro universitario de los altos – un análisis comparativo.
- Guzman Cuevas, J; Santos cumplido, F. C. (1999). "Hacia un modelo explicativo del empresario de calidad", *revista de economía industrial*, no. 325.
- Halloran, James (1997), *The entrepreneur's guide to starting a successful business*, 2nd Edition, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 3-34.
- Hampton, D., Summer, C., y Webber, R. (1989). *Manual de desarrollo de recursos humanos*. México: Trillas.
- Harper, S.(1991), *The McGraw-Hill guide to starting your own business*, Ed. McGraw-Hill, USA, pp. 14-17. 18. Hatten Timothy (1997), *Small Business (Entrepreneurship and beyond)*, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 29-48.
- Hebert, R.F. y Link, A.N. (1989), *In search of the meaning of entrepreneurship*, *Small Business Economics*, No. 1, pp. 39-49.
- Henning, M.; Jardim A. (1977). "The managerial woman", *garden city, n.y: Anchor/doubleday*, En Hisrich, R.D.: Peters, M.P.; Shepherd, D. A. (2005).
- Hornaday, J.A.;Bunker, C.S. (1970). *The nature of entrepreneur*. *Personnel Psychology*, vol 23.
- Ibáñez, M. (2001). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios de la CAPV*. Tesis doctoral de la Universidad de Deusto. España.
- Kao, John (1989), *Entrepreneurship, Creativity and Organization*, Ed. Prentice Hall, USA, pp. 91-104.
- Krauss, C. (2005) *Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica de Uruguay*. *Revista electrónica FCE universidad Católica*.

[http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_\(krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(krauss).pdf).

- La fuente A.: Salas, V. (1989). "types of entrepreneurs and firms: the case of new spanish firms", *strategic management journal*, vol. 10 (1), 17-30.
- Lee, D.Y.; Tsang, E.W. K. (2001). "The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth", *Journal of Management Studies*, Vol.38.
- López, N., Montes, J., Prieto, J., y Vázquez, C. (2004). Innovación y Competitividad: Implicaciones para la Gestión de la Innovación. *Revista Madri+d*, edición Septiembre 2004 pp. 40-60, en www.madrimasd.org/revista.
- Macotela y Castañeda (1996). "El sistema de prácticas de psicología educativa en el marco del curriculum vigente", en *Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 1, núm...2, julio-diciembre. México: CNEIP-Nueva Época, pp. 46-64.
- March, J. G. (1991) "Exploration and exploitation in organizational learning", *Annual Review of Sociology*; núm. 14, pp. 319-340.
- Mccarthy, B. (2003). "The impact of the entrepreneur's personality on the strategy-formation and planning process in smes". *Irish journal of management*, (1):154.
- Mcclelland, D. (1968): *La sociedad ambiciosa, Factores psicológicos en el desarrollo económico*. Ed. Guadarrama. Madrid.
- Mcclelland, D.C. (1961) "La Sociedad Ambiciosa, Ediciones Guadarrama", Madrid
- Mercedes (2009) *El desarrollo del emprendedurismo en estudiantes universitarios*.
- Mitton, D. (1989). "The compleat entrepreneur". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 9.
- Morris, Michael and Donald, Kuratko (2002), *Corporate Entrepreneurship*, Ed. Harcourt Pub., USA, pp. 21-56, 78-100
- Neck, C., Neck, H., Manz, C., y Godwin, J. (1999). I think I can I think I can. *Journal of Managerial Psychology* , 14 (5/6), 477-501.

- OCDE. (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data (3a ed.). Paris: OCDE.
- Ong J.W.; Hissamiddin, B.I. (2008) Revisiting personality traits in entrepreneurship study from resource_based perspective, Business Renaissance Quarterly, Vol 3 (1), 97, 114.
- Palmer, M. (1971). "The application of psychological testing to entrepreneurial potential" en California Management Review, XIII (3), pp.8-38.
- Prado, F.; Júnior, E. (2002). Investigando o Potencial Empreendedor e de Liderança Criativa. Tesis Doctoral. ENANPAD 2002. Brasil.
- Quintero, C. (2007) "Generación de competencias en jóvenes emprendedores" recuperado de http://www.usmp.edu.pe/facarrhh/primer_congreso_ippeu_boletín/ppts/Carlos_Quinteros.pdf
- Real Academia Española. (s.f). Diccionario de la Real Academia Española. Madrid: Imprenta de la Real Academia Española.
- Reporte Ejecutivo del Global Entrepreneurship Monitor (Gem) 2007. Centro De Entrepreneurship. Iae - Escuela De Dirección Y Negocios. Universidad Austral.
- Reynolds, P. & White, S. (1997) The entrepreneurial process: Economic growth, men, women and minorities. Quorum Books, USA.
- Robinson, & Judge, T. (2011) "organizational behavior". (14 th) New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Rodrick, D. (2004). Industrial policy for the twenty-first century. Cambridge: Unido - Kennedy School of Government.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Revista científica Pensamiento y Gestión, No 26.
- Rodríguez, P. (2009). Nueva perspectiva para entender el emprendimiento empresarial pensamiento y gestión", num.26,julio_sin mes 2009,pp94-119 disponible en http://ciruelo.Uninorte.edu.co/pdf/26/4_nueva%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf 9/03/16

- Sánchez, Ortega y Jiménez (s.f.) La actitud emprendedora en la universidad de guanajuato, mexico. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/Ponencia%20RamirezSanchez.pdf>.
- Sarfraz, M. (1996). "The university business incubator: a strategy for developing new research/technology-based firms" *Journal of high technology management*, vol.7 (2), 191-209.
- Sastre &Castillo, M.A. (2005). "la creatividad en el proceso de creación de empresas", en cuervo garcia, A. y Sastre Castillo M.A. (eds), "la empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes", ministerio de educación y ciencia, Madrid, 1-158.
- Sastre, M. (s.f). "Conceptualización de actitudes como variables predictoras" recuperado de <file:///C:/Users/juan/Downloads/70101-86685-1-PB.pdf>.
- Schein, E.H. (1994). "Commentary: What Is an Entrepreneur?" in *Entrepreneurship, Theory and Practice*. 19 (2) winter, 87-88.
- Sérvulo, A. (2003). *La actitud emprendedora*, México. Editorial McGrawHill.
- Shapiro, S. (2005). *Innovar para ser Competitivo*. En.<http://winred.com/EP/entrevistas/n/a2880.html>.
- Shefsky, L. (1997). *Los emprendedores no nacen se hacen*. Edit. mc graw hill edic. 1997.
- Silva, R. (2007), *La enseñanza, el ejercicio y la investigación en Psicología en un mundo plural y tolerante*, México, Ed. Pax México.
- Siropolis, N. (1990), *Small Business Management (a guide to entrepreneurship)*, 4th Edition, Ed. Houghton Mifflin Co., USA, pp. 37-51.
- Stewart, W., y Roth, P. (2001). Risk propensity difference between entrepreneurs and manager: A meta- analytic review. *Journal of Applied Psychology* , 145-153.
- Steyaert, C., y Katz, J. (2004). Reclaiming the space of entrepreneurship in society: Geographical, discursive and social dimensions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), 179-196.
- Storey, D. (1994) *Understanding the small business sector*. London: Routledge.

- Timmons, J. (1994), *New Venture Creation*, Ed. Irwin, USA.
- Trechera, J. L. (2005). Saber motivar: ¿El palo o la zanahoria? Consultado el 21 de marzo de 2016, de: <http://www.psicologia-online.com/articulos/2005/motivacion.shtml>.
- UAEM Temascaltepec, (2011). *Manual de organización, centro universitario*
- Urbano, D. (2003): Factores condicionantes de la creación de empresas en Cataluña: un enfoque institucional. Tesis Doctoral.
- Valdés, C. (2005). Motivación. Consultado el 21 de marzo de 2016, de: <http://www.gestiopolis.com/canales5/rrhh/lamotici.htm>.
- Vander, P. y Brush, C. (1989), Toward agreement on the focus of entrepreneurship research: progress without definition. *Proceedings: National Academy of Management. USA.*
- Varela, R. (1996) "Innovación empresarial, un nuevo enfoque de desarrollo". ICESI, Colombia.
- Veciana J.M., Aponte, M. y Urbano, D. (2005): "University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison", *The International Entrepreneurship and Management*, vol. 1, nº 2, pp. 165-182.
- Veciana, J.M. (1999): "Creación de empresas como programa de investigación científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, pp. 11-36.
- Vesga, R. (2009) *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* <http://cec.uniandes.edu.co/pdf/rav.pdf>.