

DESIGN AND VALIDATION OF A LIKERT TYPE SCALE TO ESTABLISH ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICSⁱ

DISEÑO Y VALIDACIÓN DE UNA ESCALA TIPO LIKERT PARA ESTABLECER CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS

PROJETO E VALIDAÇÃO DE UMA ESCALA DO TIPO LIKERT PARA ESTABELECEER CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAIS

JUAN LUIS REYES CRUZⁱⁱ

MANUEL ALFONSO GARZÓN CASTRILLÓNⁱⁱⁱ

BLANCA TAPIA SÁNCHEZ^{iv}

CITATION

Reyes-Cruz, Juan L.; Garzón-Castrillón, Manuel A. & Tapia-Sánchez, Blanca (2018) Design and validation of a likert type scale to establish entrepreneurial characteristics. *Dimensión Empresarial*, 16(2), 135-160. DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/dem.v16i2.1599>

ABSTRACT

This article presents the results obtained in the pilot test of an instrument constructed and validated to establish the influence of university curricular training and social, cultural and economic capital in the development of entrepreneurial characteristics. A Likert-type measurement scale was used, which allowed us to establish the relevance of the dimension as a variable of analysis to explain the relationship that exists between the so-called training, social, cultural and economic dimensions in the development of entrepreneur innovation characteristics. propensity to risk, personality, psychological and demographic aspects. Statistical procedures of factorial analysis were used. Two pilot tests were applied; the first one, to a sample of 22 students of the seventh semester; and the second 29 students of sixth and seventh semester of the degree in administration of the Autonomous University of the State of Hidalgo, with the purpose of validating the instrument.

Key words: Likert scale; Training; social, cultural and economic Capital, entrepreneurial characteristics.

RESUMEN

Este artículo presenta los resultados obtenidos en la prueba piloto de un instrumento construido y validado para establecer la influencia de la formación curricular universitaria y de los capitales social, cultural y económico en el desarrollo de características emprendedoras. Se utilizó una escala de medición tipo Likert, la cual permitió establecer la pertinencia de la dimensión como variable de análisis para explicar la relación que existe entre las dimensiones denominadas formación, capital social, cultural y económico en el desarrollo de las características emprendedoras de innovación, propensión al riesgo, personalidad, aspectos psicológicos y demográficos. Se utilizaron procedimientos estadísticos de análisis factorial. Se aplicaron dos pruebas piloto; la primera, a una muestra de 22 alumnos de séptimo semestre; y la segunda a 29 alumnos de sexto y séptimo semestre de la licenciatura en administración de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, con el propósito de validar el instrumento. Palabras clave: Escala Likert; Formación, capital social, cultural y económico, características emprendedoras.

RESUMO

Este artigo apresenta os resultados obtidos no teste piloto de um instrumento construído e validado para estabelecer a influência do treinamento curricular universitário e do capital social, cultural e econômico no desenvolvimento de características empreendedoras. uma escala de Likert foi usada medição tipo, que permitiu estabelecer a relevância da análise das variáveis dimensão para explicar a relação entre as dimensões chamados formação, social, cultural e capital econômica no desenvolvimento de características empreendedoras de inovação, propensão ao risco, personalidade, aspectos psicológicos e demográficos. Procedimentos estatísticos de análise fatorial foram utilizados. Dois testes pilotos foram aplicados; o primeiro, para uma amostra de 22 alunos do sétimo semestre; e os 29 alunos do sexto e sétimo semestre do curso de administração da Universidade Autónoma do Estado de Hidalgo, com a finalidade de validar o instrumento.

Palavras-chave: escala de Likert; Treinamento; capital social, cultural e econômico, características empreendedoras.

INTRODUCCION

La competitividad y la globalización han creado un ambiente donde las generaciones actuales impulsan la economía de los países, esto exige que, los egresados de Instituciones de Educación Superior (IES) requieran de una preparación más amplia, y demanda a los gobiernos, definir programas que impulsen el perfil emprendedor para el desarrollo de proyectos exitosos que impulsen de la economía. La nueva perspectiva económica de América Latina, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), está centrada en un sustancial bono demográfico, educación basada en competencias y el emprendimiento que busca un desarrollo orientado en la inclusión y sustentabilidad en la región.

Nunca América Latina tuvo tantos jóvenes, el bono demográfico de la región es el más grande del mundo, y representa una ventaja competitiva. Uno de cada cuatro latinoamericanos tiene entre 15 y 29 años, sumando un total de 163 millones de personas (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). Sin embargo, según datos de la misma OCDE, dos de cada diez de estos jóvenes trabajan en el sector informal y otros dos ni trabajan estudian ni reciben ningún tipo de formación (OCDE/CEPAL/CAF, 2016). El panorama no es particularmente alentador, pues no existen buenas oportunidades y perspectivas de empleo, debido a la desaceleración de la economía mundial y a las reducidas oportunidades de emprendimiento. Es necesario analizar el papel de dichos emprendedores y analizar la relación que guarda la formación recibida, ya que el emprendimiento puede ser un vehículo valioso para aprovechar el potencial de los jóvenes y utilizar su talento y energía, tanto en proyectos innovadores, como en las empresas ya existentes, con ello se promueve la creación de empleo, el desarrollo económico y la movilidad social en la región.

Distintos organismos internacionales, como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) resalta en sus reportes e investigaciones, el impacto de la actividad

empresarial en el desarrollo económico en el mundo. El fenómeno del emprendimiento en el caso de México se centra en los jóvenes en el rango de edades de entre los 25 hasta los 44 años, según datos del GEM (2014).

Por otro lado, las Instituciones de Educación Superior (IES), entre ellas, las universidades públicas mexicanas, declaran que forman, o al menos contribuyen a la formación de emprendedores en el desarrollo de sus características, con programas de emprendedores, mapa curricular, asignaturas y el perfil de sus académicos (UNAM, 2005).

El fomento a los emprendedores es muy importante en México, derivado de políticas económicas que buscan el fortalecimiento del mercado interno. Sin embargo, en México existe un marcado retraso en innovación; ocupa el lugar 72 de al menos 144 países en la capacidad para innovar, según reportes del Lederman, et al (2014). Para mejorar este panorama, el gobierno de México tiene como estrategia para impulsar la economía mexicana; diseñar e implementar esquemas de apoyo para consolidar a los emprendedores y fortalecer a las MiPyMe, impulsar la participación de las mujeres en el sector emprendedor a través de la asistencia técnica, fomentar los proyectos de los emprendedores sociales, verdes y de alto impacto, crear vocaciones emprendedoras desde temprana edad para aumentar la masa crítica de emprendedores (Gobierno de la Republica, 2013).

Para cumplir con el objetivo, se desarrolla una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, con la construcción, validación, aplicación y análisis de resultados de las encuestas a alumnos de sexto y séptimo semestre de la licenciatura en Administración, se aplicaron dos encuestas la primera a 22 alumnos de sexto semestre, en la segunda prueba participaron 14 alumnos de sexto y 15 alumnos de séptimo semestre de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, a través de un instrumento que fue validado para la presente investigación.

Es necesario estudiar la formación de emprendedores en México y los factores que la inhiben o potencializan; porque, en primer lugar, las universidades públicas mexicanas declaran que forman, o al menos contribuyen con sus actividades a la formación de emprendedores a través de sus programas, mapas curriculares, asignaturas y el perfil de los académicos; las instituciones de educación superior han sido parte de este fenómeno y su desarrollo, a través de la capacitación en el desarrollo de emprendedores y sus proyectos productivos como parte de sus tareas sustanciales (UNAM, 2005).

En segundo lugar, a pesar del gran impulso y recursos invertidos en el sector, las PyMes y los emprendedores mexicanos no logran consolidarse de manera consistente. El fomento a los emprendedores es muy importante en México derivado de una política económica que busca el fortalecimiento del mercado interno.

También, en México existe un marcado retraso en innovación, ocupa el lugar 72 de al menos 144 países en la capacidad para innovar, según Lederman, et al (2014). La industria mexicana se ha caracterizado por una vocación poco proclive a la innovación, teniendo como dato que el 60% de los negocios incubados son negocios tradicionales (Álvarez, 2014).

Es pertinente, por tanto, conocer ¿Cuál es la influencia de la formación curricular universitaria que reciben los emprendedores? y saber ¿Cuál es la incidencia de dicha formación dentro de las universidades?

El objetivo de este trabajo es validar un instrumento que permita establecer la relación que existe entre la formación y los capitales social, cultural y económico en el desarrollo de las características emprendedoras de; innovación, propensión al riesgo, personalidad, aspectos psicológicos y demográficos. Para lograr dicho objetivo es necesario:

1.- Identificar si la formación curricular universitaria y el perfil de los académicos condicionan el desarrollo de características emprendedoras.

2.- Identificar si los capitales social, cultural y económico influyen al desarrollo de características emprendedoras.

3.- Identificar si los alumnos de la carrera de administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro han adquirido características emprendedoras en su formación curricular.

Como justificación se propone dar solución a los indicios señalados; la presente investigación nace de la necesidad de identificar la influencia de la formación curricular universitaria y de los capitales; social, cultural y económico en el desarrollo de características emprendedoras, para aportar en el conocimiento de los puntos débiles para el desarrollo de características emprendedoras en estudiantes de administración y así saber en qué tienen que enfocarse; el gobierno, las empresas y las universidades públicas mexicanas para promover el emprendimiento de manera exitosa e impulsar el desarrollo de la economía del país.

Como primer planteamiento, se considera que efectivamente las universidades públicas mexicanas a través de la formación curricular y ciertos capitales sociales, culturales y económicos influyen positiva o negativamente en el desarrollo de características emprendedoras entre sus alumnos, que les impulsa o inhibe tener éxito en un ambiente globalizado y competitivo. Se parte de la idea de que existe una influencia directa de los capitales culturales, sociales y económicos, se plantea un grado de formación de emprendedores cuyos efectos se pueden medir a través de los resultados de los emprendedores que son modelados por las Universidades Públicas Mexicanas.

MARCO TEORICO

Emprendimiento y emprendedor

El estudio sobre el tema emprendedor se remonta a 1775, cuando aparece por primera vez el término emprendedor en el texto *Essai Sur la Nature Du Commerce en General*, introducido en la teoría económica por Richard Cantillon, quien definió

empresario como la persona que organiza y asume el riesgo en un negocio esperando compensarlo con las utilidades, (Cantillon, *Essai Sur la Nature Du Commerce en Général*, 1755) es hasta 1889, cuando Jean Baptiste Say, acuñó el término *entrepreneur* en su obra, y lo definió como la persona que toma riesgos; la responsabilidad inmediata, y la realización de una preocupación de la industria, ya sea sobre su propio o de un capital prestado, a falta de una mejor palabra, será traducido al inglés por el término aventurero (Baptiste Say, 1889).

Más adelante, Schumpeter (1934), afirma que cada emprendedor es único cuando lleva a cabo nuevas combinaciones de medios de producción y crean así nuevos productos, métodos de producción, mercados, fuentes de aprovisionamiento o modalidades de organización y éstas inducen a la destrucción creativa del antiguo orden provocando cambios en el crecimiento económico.

En este sentido, a pesar de que existe una extensa literatura sobre el concepto de emprendedor, en México, uno de los principales problemas es la formación de emprendedores, tema que da para realizar amplios análisis y exploraciones. Se puede analizar la participación de emprendedores desde tres ámbitos; el ámbito escolar que son las universidades públicas y privadas que realizan esfuerzos en dicho tema; el ámbito gubernamental, en donde el gobierno genera políticas públicas que ayudan en la formación de emprendedores al intentar desarrollar un ecosistema emprendedor que aglutine los distintos elementos necesarios que impulsen

la generación de emprendedores y, por último, el ámbito empresarial, donde las empresas privadas, desde distintos formatos también contribuyen en dicho esfuerzo.

Con respecto al concepto emprendedor, se puede reconocer que su formación y desarrollo depende de distintos factores. Existen al menos dos corrientes sobre la formación y desarrollo de emprendedores; la primera, dice que el emprendedor **nace** con ciertas características que lo hacen diferente de otras personas (Hornday & Aboud, 1971). La otra posición, plantea que el emprendedor se puede formar desde un punto de vista social (Gibb & Ritchie, 1982), o bien, el emprendedor se forma y es producto de su experiencia adquirida y entrenamiento, medios por los cuales aprende a pensar empresarialmente (Douglas & Shephard, 2000; Krueger, 2001). En este trabajo, se parte de la idea de que el emprendedor se puede formar. Para efectos de este trabajo, se entenderá por “emprendedor” a aquel que “intenta crear un nuevo negocio o empresa, sea esto cualquier forma de autoempleo, una nueva organización de negocio, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, o grupos de individuos, o negocios ya establecidos” (Reynolds, 2003)

Existen diferentes opiniones respecto a lo que se entiende por emprendimiento, la tabla 1 sirve de referencia para entender las dimensiones sobre el concepto de emprendimiento

Tabla 1. Dimensiones del concepto emprendimiento.

Autor	Dimensión
(Van Praag, 1999), Knighth (1971)	Riesgo o incertidumbre
(Benavente, 2004)	Propiedad de una empresa o negocio
(Benz, 2009)	Innovación

Fuente: Elaboración propia.

Comprendidas las dimensiones en las que se puede abordar el concepto de emprendimiento se enlistan a

continuación algunos conceptos empleados para referirse al emprendimiento.

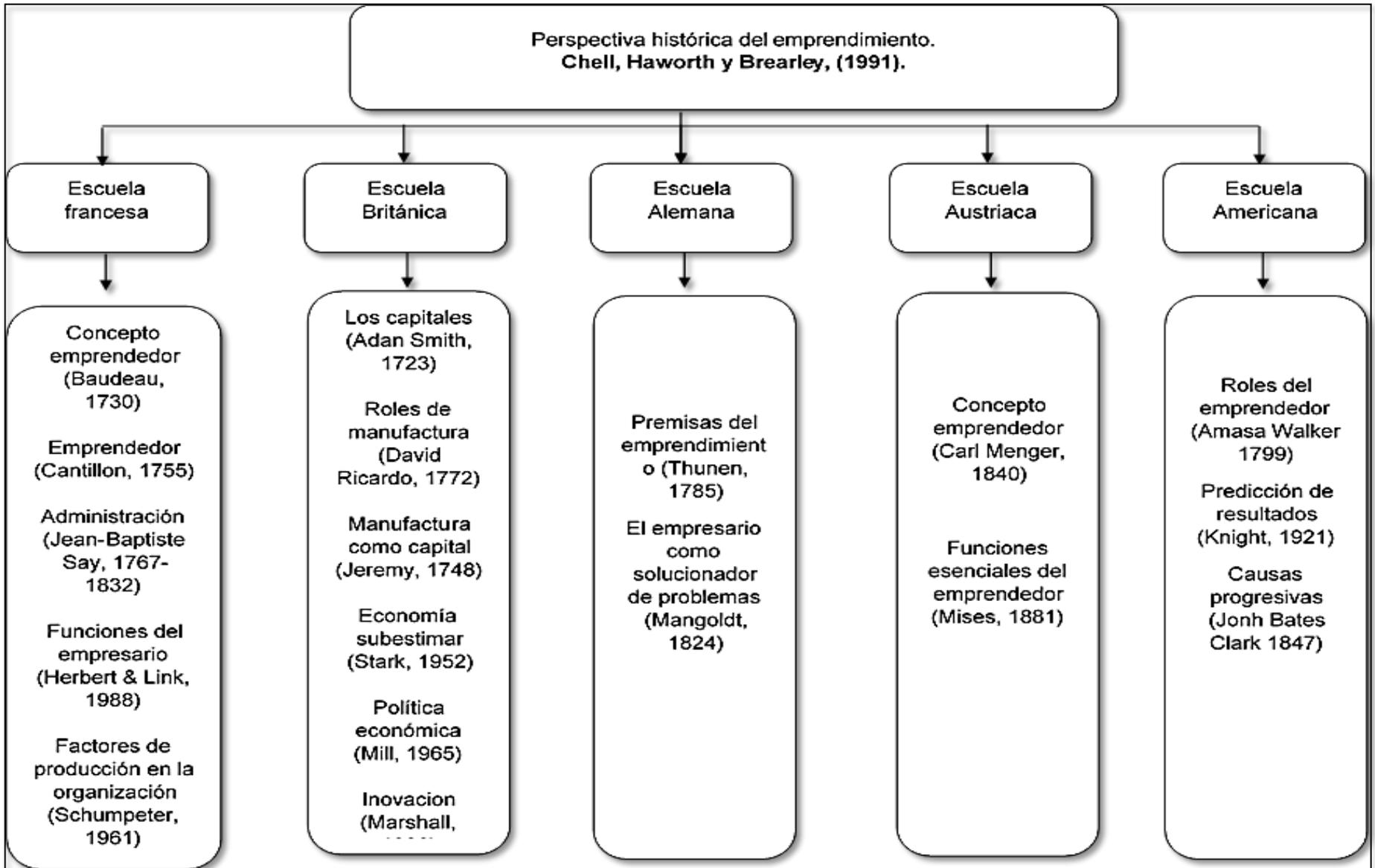
Tabla 2. Cronología de la definición del concepto emprendedor.

Autor	Concepto emprendimiento
Knighth (1971)	Quien describe a los emprendedores como un subconjunto de productores, que dirigen y controlan la producción bajo un escenario de incertidumbre.
Baumol (1993)	Los emprendedores son aquellos productores que introducen por primera vez un bien o una nueva combinación de factores, y por lo mismo, obtienen un poder monopolístico temporal.
Cunnigham y Lischeron (2001)	Un individuo con intuición y sexto sentido (Escuela “Greeat Person”), con valores y actitudes únicas tales como la necesidad de autorrealización o la propensión a asumir riesgos (escuela psicológica), con una habilidad superior para la innovación (escuela clásica), con una elevada capacidad para organizar recursos, planificar y motivar (management school), con capacidad de liderazgo (leadership school) y con aptitudes para maximizar las oportunidades del entorno (intrapreneurship school), por Cruz <i>et al</i> (2005).
(Benavente, 2004)	Aquellos individuos dueños de empresas jóvenes – entre 3 y 10 años-, que tienen entre 15 y 300 trabajadores
Arenius y Minita (2005)	Individuos que están tratando de empezar un nuevo negocio, que durante los últimos 12 meses han realizado acciones para empezarlo, y que serán dueños de la totalidad o parte del negocio.
Pallares, Romero y Herrera (2005)	<i>Empresario</i> es una persona, entidad o grupo de personas que independientemente o asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales (dichas motivaciones pueden ir desde la satisfacción de hacer las cosas por sí mismas, hasta alcanzar cierto tipo de poder o distinción social), decide asumir un riesgo en la realización de una actividad económica determinada y en la cual aspiran a tener éxito
(Mipymes, 2006)	“Una persona con capacidad de innovar; entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”
Ávila y Buelna (2008)	Los humanos en general son una especie emprendedora, porque en el transcurso de su existencia han generado patrones de conducta relacionados con la innovación como se puede ver a continuación
(Rodríguez Ramírez, 2009).	Se deriva del término francés <i>entrepreneur</i> que significa estar listo a tomar decisiones o iniciar algo.

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, el cuadro 1, ilustra de manera gráfica una perspectiva histórica del fenómeno del emprendimiento y del emprendedor.

Cuadro 1. Perspectiva Histórica del Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia con información de (Chell, Haworth, & Brearley, 1991)

Desde hace tres décadas, el emprendimiento surge como línea de investigación independiente, y es cada vez más, creciente y consistente, el interés por su estudio científico, (Serrano, Palma, Pérez, & López, 2015) lo cual se nota, en la cantidad de trabajos que se desarrollan y publican en la actualidad. Se pueden observar, son consistentes al menos diez líneas de investigación al respecto. (Ver cuadro 2)

Este trabajo se alinea y relaciona al menos en tres líneas de investigación; en la línea de Emprendimiento: contexto y proceso que busca la identificación y análisis de factores externos que condicionan el fenómeno del emprendimiento. Educación para el emprendimiento se enfoca en el impacto de la educación en emprendimiento, su evolución y el contexto regional. (Universidad del Desarrollo, 2015) La línea, Características de los emprendedores cuyo tema son las características emprendedoras ya definidas, el análisis de características emprendedoras, y su afectación al fenómeno del emprendimiento.

El marco teórico de este trabajo se basa en la relación que existe entre las variables independientes; Formación, Capitales social, cultural y económico, y la variable dependiente; características emprendedoras. A continuación, se describe su conceptualización.

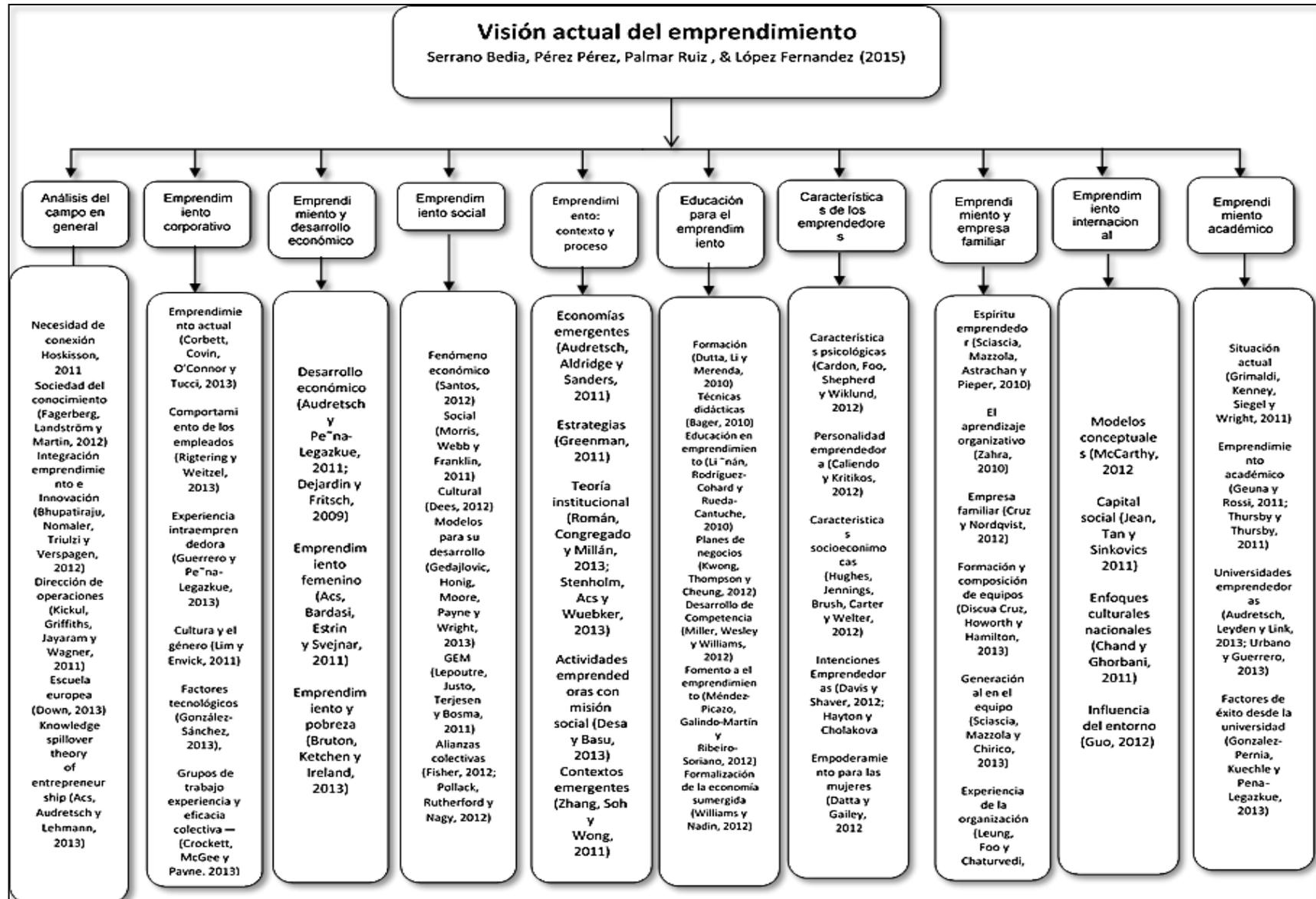
Características emprendedoras (Variable dependiente)

Para Fuentes y Sánchez, (2010) el emprendedor es determinante de la innovación y progreso del sistema económico, y mencionan que se puede estudiar en tres dimensiones: su perfil demográfico, su perfil psicológico y su perfil sociológico. De acuerdo con diversos autores e investigaciones previas, el perfil del emprendedor es explicado por variables psicológico-sociales, se ha demostrado con los resultados que arrojan pruebas que han tenido mayor éxito que con el uso de otras variables (Robinson, et al, 1991; Espíritu & Moreno, 2010).

En los principales factores demográficos, destacan la edad y el sexo, las variables de formación y las de

experiencia. Los rasgos demográficos sobresalen por su importancia en la toma de decisiones estratégicas. En ese sentido, McClelland, identifica tres principales rasgos: la motivación al logro, el grado de propensión al riesgo y el control interno (McClelland, 1961). Sin embargo, en contraparte, para otros autores como Céspedes (2000), la edad, sexo, estado civil y otros factores demográficos no contribuyen sobre la mayor o menor iniciativa empresarial

Cuadro 2. Perspectiva Actual del Emprendimiento



Fuente: Elaboración propia con información de (Serrano Bedia, Pérez Pérez, Palma Ruiz, & López Fernández, 2016)

En este trabajo, aparte del perfil sociológico, también son importantes las competencias sociales, ya que muestran la forma en que el emprendedor se relaciona con los demás, se considera uno de los ejes importantes del potencial de éxito en las iniciativas emprendedoras. El enfoque sociológico, plantea factores externos al emprendedor, las relaciones informales, la influencia de amigos y familiares (capital social), los padres empresarios ejercen influencia en la decisión de ser

emprendedores (Scott & Twomey, 1988), diversos autores, evidencian que el perfil emprendedor está determinado por antecedentes familiares, como el orden de nacimiento, estado civil, edad, o bien, el nivel educacional de sus padres (Lazear, 2003; Cano, García, & Gea, 2004).

Tabla 3. Características de los emprendedores.

Características de los emprendedores			
Psicológicas		Demográficas	Sociológicas
(Mc Clelland, 1976)	(Sudek, 2006)	(Lazear, 2003)	(Ajzen, 1991)
Originalidad e innovación	Necesidad de logro	Edad	Comportamiento de los individuos
Moderada aversión al riesgo	La autoconfianza	Sexo	
Aceptación de sus responsabilidades	El optimismo	Formación	
Conocimiento de los resultados de sus actos	La creatividad	Experiencia	
Planificación	La autonomía	Toma de decisiones	

Fuente: Elaboración propia con información de Mc Clelland (1976), Sudek (2006), Lazear (2003) y Ajzen (1991).

Para efectos de este trabajo, se busca identificar el desarrollo de características emprendedoras en los universitarios que participaron como muestra; tomando de base; características típicamente consensuadas como son: innovación, propensión al riesgo, personalidad, aspectos psicológicos y demográficos. La propensión al riesgo, es inherente al emprendedor para explorar oportunidades de alcanzar objetivos y asumir su responsabilidad implícita (Espíritu & Moreno, 2010) para controlar su propio destino y los resultados de los objetivos impuestos definiéndolo como control interno (Ayerbe & Buenetxea, 2000).

Para medir el desarrollo de las características emprendedoras en los universitarios que son la muestra, en la presente investigación, se plantea la hipótesis general: La formación curricular universitaria y los capitales sociales, culturales y económicos, contribuyen en el desarrollo de características emprendedoras en los

alumnos de la Licenciatura en Administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro.

Formación (Variable independiente)

Para determinar la influencia de los capitales y de la formación curricular, en la adquisición de características emprendedoras, es necesario definir el concepto de formación y su relación con dichos capitales. De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, formación es; “acción y efecto de formar”, entendiendo el verbo formar, en la concepción de “dar forma”, la formación se puede describir desde la concepción del hombre como un ser en evolución y constante transformación, para la cual requiere la formación que se puede describir desde el punto de vista pedagógico y el cultural.

En el pedagógico; Quiceno (1996), lo describe como la evolución de la educación que va teniendo el hombre a lo largo de su vida, En lo cultural, son los; valores, creencias, y modelos que tenga el hombre sobre sí mismo, y que son transmitidos por la cultura dominante, en su función social de transmisión (Ferry, 1997), de las generaciones adultas a las más jóvenes, ya sea por medio de la educación académica y profesional o, la educación en el entorno social en el que se desenvuelve el individuo, de tal manera que, la formación puede ser construida a través de la enseñanza de las disciplinas, saber y ciencias (Reboul, 1989).

En ese sentido, la formación se define a través de las distintas prácticas educativas que transmiten conocimientos, habilidades, actitudes y valores que de igual forma son transmitidos en la sociedad en la que se desarrolla, con la contribución de los capitales. En este trabajo, la formación curricular se abordará en dos sentidos, primero analizando el impacto de los programas, asignaturas y perfil del docente en la adquisición de características emprendedoras, y también a través de un instrumento para recabar información sobre la contribución de la formación curricular que adquieren los alumnos en las universidades públicas mexicanas de la zona centro. Se plantea la siguiente hipótesis, derivada de la formación curricular y de los profesores o académicos al transmitir la cultura emprendedora.

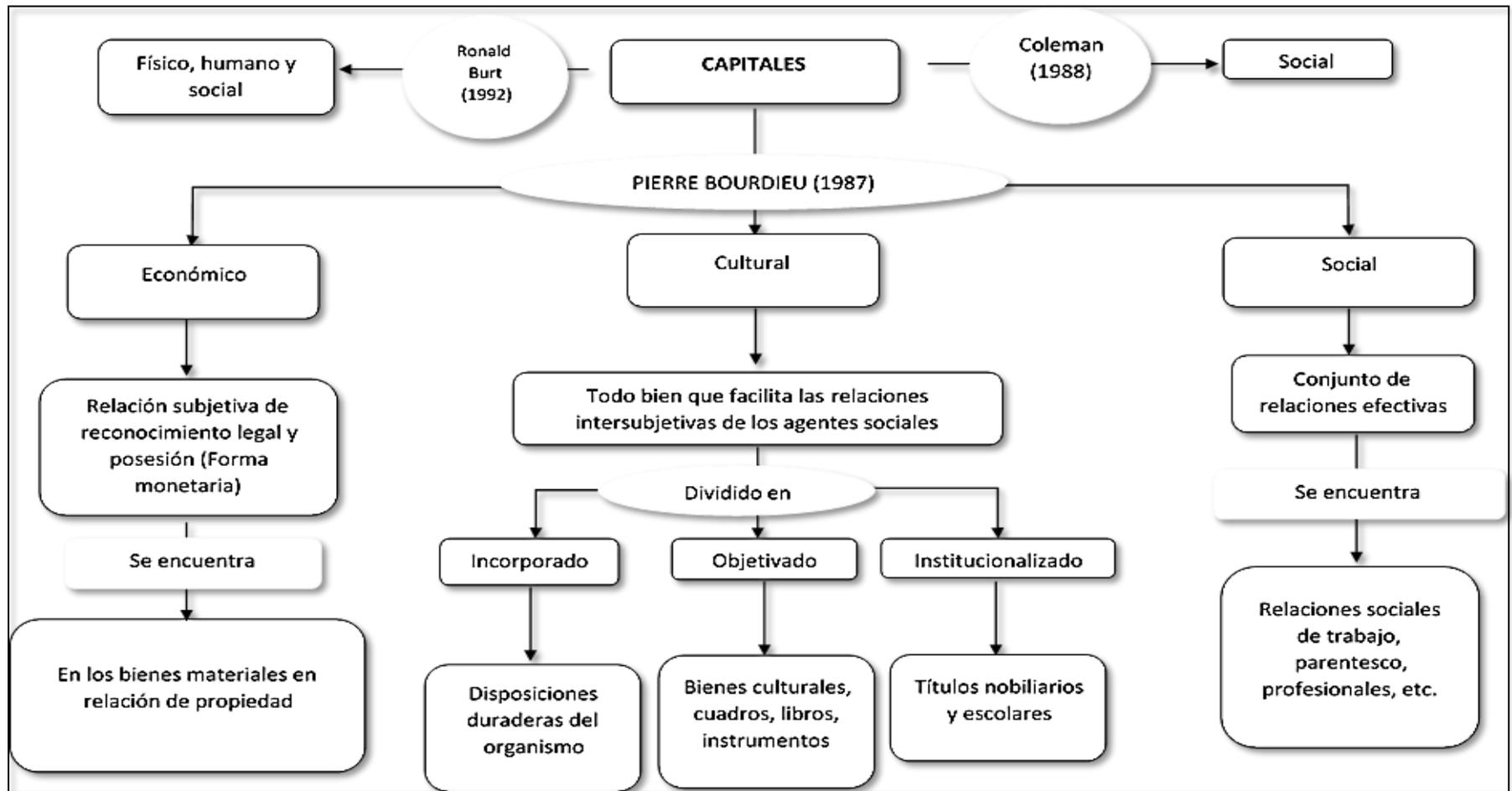
H1.- La influencia de la formación curricular universitaria condiciona el desarrollo de características emprendedoras en los alumnos de la Licenciatura en Administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro.

Capitales (Variable Independiente)

En cuanto a los capitales, se aborda el tema desde la perspectiva sociológica de Pierre Bourdieu, quién en su trayectoria como sociólogo desarrolló la siguiente premisa; en todo análisis social, es necesario ubicar los “campos” en que se desenvuelven los individuos; -

entendiendo los campos como todo el conjunto estructurado de posiciones sociales donde se desenvuelven los individuos y se identifican también la suma de sus “capitales” social, cultural y económico, los cuales caracterizan sus posiciones respecto a temas en particular, en el caso de esta investigación: su posición como emprendedores.

Cuadro 3. Capitales social, cultural y económico.



Fuente. Elaboración propia con información de (Bourdieu, 1987).

Para caracterizar su posición como emprendedor, se puede decir que las posiciones sociales están conformadas de capitales, que son independientes de las personas que las ocupan. Para poder ocupar una posición en el espacio social, se requiere que haya portadores de bienes, cada campo, produce en su interior sus propios bienes, que los hace válidos en los límites de su espacio.

Bourdieu (1984), hace énfasis en los capitales, y los define como cualquier tipo de bienes materiales, sociales y culturales capaces de ser conocidos y apreciados como tal, por agentes que posean los esquemas de valoración y apreciación para ello, es decir que pueden reconocidos además de acumulados. La tabla 4 muestra las definiciones de capital social abordadas en diferentes líneas de investigación.

Tabla 4. Capital social

Autor	Definición de capital social
(Hanifan, 1916)	Esas sustancias tangibles (que) cuentan para la mayoría en las vidas diarias de la gente: denominadas buena voluntad, compañerismo, simpatía y relaciones sociales entre los individuos y las familias que integran una unidad social... Si (un individuo entra) en contacto con su vecino y ellos con otros vecinos, habrá una acumulación de capital social, que puede satisfacer inmediatamente sus necesidades sociales y que puede tener una potencialidad suficiente para la mejora sustancial de las condiciones de vida en toda la comunidad.
(Putnam, 1963)	Las características de la organización social, tales como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la coordinación y la cooperación para un beneficio mutuo.
(Lin, 1982)	Consiste en un conjunto de recursos insertos en las redes sociales en los que se puede invertir cuando los actores desean aumentar la probabilidad de éxito en sus acciones.
(Bourdieu P. , 1986)	El conjunto de recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento.
(Coleman, 1988)	Es una variedad de diferentes entidades con dos elementos en común: todas consisten de algún aspecto de estructuras sociales que facilitan ciertas acciones de los actores... dentro de la estructura.
(Baker, 1990)	Un recurso que los actores deducen de estructuras sociales específicas y luego usan en la búsqueda de sus intereses; se genera debido a cambios en la relación entre los actores.
(Burt, 1992)	El conjunto de elementos de la estructura social que afectan las relaciones entre las personas y son insumos o argumentos de la producción y/o la función de utilidad.
(Schiff, 1992)	El capital social está representado por las redes de contactos que los individuos poseen estableciendo nexos de colaboración de muy distinto orden.
(Bourdieu & Wacquant, 1992)	Suma de recursos que se acumulan en una organización en virtud de la existencia de una red estable de relaciones intraorganizativas.
(Nahapiet & Ghoshal, 1998)	Suma de los recursos actuales y potenciales incorporados en, disponibles a través, y derivados de la red de relaciones poseída por un individuo o por una unidad social.
(Stiglitz, 1998)	Expresa las capacidades existentes en una sociedad para resolver conflictos, facilitar consensos y concertar las acciones de Estado y del sector privado.
(Bourdieu P. , 2000)	El capital social, que es un capital de obligaciones y “relaciones” sociales, resulta igualmente convertible, bajo ciertas condiciones, en capital económico, y puede ser institucionalizado en forma de títulos nobiliarios.
(Adler & Kwon, 2002)	Es la buena voluntad disponible a individuos o grupos. Su fuente se encuentra en la estructura y el contenido de las relaciones sociales del actor sus efectos fluyen de la información influencia y la solidaridad que pone a disposición el actor.

Fuente: Elaboración propia.

El capital social representa relaciones efectivas producto de estrategias de inversión social. En ese sentido se plantea la siguiente hipótesis:

H2.- El capital social, influye en el desarrollo de características emprendedoras en los alumnos de la

Licenciatura en Administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro.

Por otro lado, el capital cultural es definido por los siguientes autores.

Tabla 5. Capital cultural

Autor	Definición Capital Cultural
(Bourdieu, 1986)	"La disposición del gusto" o "el consumo de formas culturales específicas que marcan a las personas como miembros de clases específicas"
(Bourdieu & Passeron, 1977)	Podría denominarse consumo de bienes culturales sofisticados o consumo de alta cultura, al considerar entre sus indicadores la asistencia a la ópera y museos, tipo de música preferida, etc. En ambos trabajos se sustenta la hipótesis de que el capital cultural es una variable determinante del éxito escolar y, por tanto, de la reproducción cultural y social.
(Bourdieu P. , 2001)	El capital cultural puede convertirse bajo ciertas condiciones en capital económico y resulta apropiado para la institucionalización, sobre todo, en forma de títulos académicos.
(Goldthorpe, 2007)	El capital cultural es el capital "encarnado" en las disposiciones y competencias individuales que otorgan acceso privilegiado a dicho capital en su forma "objetivada" de artefactos culturales, y que a su vez está institucionalizada en criterios de valoración cultural, incluso académica y por lo tanto en las calificaciones educativas que también proporcionan retornos a sus titulares.
(Harper-Scott J. &, 2009)	El término capital cultural se refiere a los bienes sociales de una persona (educación, intelecto, estilo de expresión y vestimenta, etc.) que promueven la movilidad social en una sociedad estratificada.
(Gregory, 2009)	El capital cultural funciona como una relación social dentro de una economía de prácticas (sistema de intercambio), y comprende todos los bienes materiales y simbólicos, sin distinción, que la sociedad considera rara y digna de ser buscada.

Fuente: Elaboración propia.

El capital cultural se define como todo bien que media las relaciones intersubjetivas de los agentes sociales con base a la cultura de adscripción social, sobre todo las de sus adscripciones de clase. Así se plantea la siguiente hipótesis:

H3.- La influencia del capital cultural condiciona el desarrollo de características emprendedoras en los alumnos de la Licenciatura en Administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro.

Finalmente encontramos el **capital económico** el cual es definido por los siguientes autores.

Por lo tanto, como se puede ver, dicho capital está relacionado en su forma monetaria, está ligado a los bienes materiales en la doble relación de propiedad (relación subjetiva de reconocimiento legal) y posesión (relación objetiva, como uso práctico), el nivel de ingresos que tiene el emprendedor contribuye al desarrollo de características emprendedoras, de lo cual surge la siguiente hipótesis:

Tabla 6. Capital Económico

Autor	Definición Capital Económico
(Bourdieu, 2000)	El capital económico es directa e inmediatamente convertible en dinero, y resulta especialmente indicado para la institucionalización en forma de derechos de propiedad.
(Elizalde & Repullo, 2004)	El nivel de capital que elegirían los accionistas de un banco en ausencia de regulación.
(Supervision, 2009)	El capital económico puede definirse como los métodos o prácticas que permiten a los bancos atribuir capital para cubrir los efectos económicos de las actividades de riesgo.
(Harper-Scott & Samson, 2009)	El capital económico (EC) es la cantidad de capital de riesgo que un banco estima para permanecer solvente a un nivel de confianza y un horizonte temporal determinados.

Fuente: Elaboración propia.

H4.- El capital económico, influye en el desarrollo de características emprendedoras en los alumnos de la Licenciatura en Administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro.

En definitiva, es importante analizar la influencia de los capitales social, cultural y económico; para saber cómo sumados a la formación; programas, mapa curricular, asignaturas y perfil del académico determinan las características emprendedoras típicamente consensuadas; la propensión al riesgo, la motivación al logro, el control interno, la innovación, la creatividad, tolerancia a la frustración.

METODOLOGÍA

Esta investigación empírica se realizó mediante el análisis de datos a partir de la construcción de un cuestionario con escala tipo Likert. La escala tipo Likert es usada como mecanismo de recolección de la información, se utiliza en las investigaciones sociales para medir el grado en que se dan las actitudes, categorías, dimensiones o características en este caso el emprendedor, agrupando de manera numérica los datos que el emprendedor da, es decir se emplea para medir de forma cuantitativa algo cualitativo Fuente especificada no válida.

El cuestionario se aplicó a una muestra de alumnos de sexto y séptimo semestre de la carrera de administración de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. La escala tipo Likert es utilizada como mecanismo de recolección de información, los ítems o indicadores representan las variables que el investigador está interesado en medir, y las respuestas están solicitadas en el grado de frecuencia en el que los encuestados realizan o no las actividades cuestionadas.

La construcción del instrumento consto de dos pasos esenciales; en primer lugar, a fin de validar las variables de forma teórica; los capitales social, cultural y económico y la posesión de características emprendedoras, se aplicó la técnica de análisis de contenido. El objetivo fue segmentar los resultados de la muestra a partir de las variables y subvariables que contribuyen a la formación emprendedora en función de esta. En segundo lugar, para analizar la contribución de cada una las subvariables a saber: capital social, capital cultural y capital económico y los programas, mapa curricular, asignaturas y perfil académico, en relación con la obtención y formación de las características emprendedoras.

Los pasos seguidos para la construcción de la escala tipo Likert fueron: en primer lugar, la elaboración de una lista inicial de indicadores relacionados a la variable a medir, la retroalimentación del instrumento se realizó mediante

la revisión de especialistas que permitió confrontar los ítems y realizar una eliminación de algunos indicadores con el criterio de inadecuación y ambigüedad.

Se analizaron los datos obtenidos, para comprobar la correlación entre las variables y las hipótesis formuladas inicialmente y plantear conclusiones preliminares de la investigación. Para cumplir con el objetivo, se desarrolla una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa en donde se realizarán los siguientes pasos en su desarrollo:

1. En primer lugar, se dan a conocer los principales conceptos del fenómeno a estudiar. Se realiza un planteamiento del problema y revisión de literatura.
2. Se ubica el sustento teórico epistemológico desde la disciplina de la Sociología, en específico de Pierre Bourdieu para explicar fenómenos sociales y educativos, en este caso el fenómeno emprendedor, aunque se revisó el estado de la cuestión y las distintas teorías sobre el tema, para determinar la contribución de cada variable a saber; capital social, capital cultural, capital económico y los programas, mapa curricular, asignaturas y perfil académico, en relación con la obtención y formación de las características emprendedoras se aplicó análisis estadístico en cada uno de esos segmentos.
3. La construcción del instrumento utilizado. Con respecto a la conceptualización y operacionalización de las variables se utilizaron técnicas de carácter documental, como el análisis de contenido. El análisis de contenido es descriptivo, porque define las categorías objeto de estudio, temáticas, concepciones teóricas (marco teórico, conceptualización de variables). El parámetro de medición utilizado en la investigación se realizó primeramente de forma teórica al organizar un análisis de las categorías y posteriormente cuantitativo al aplicar y analizar los resultados del instrumento propuesto de forma estadística.

El instrumento de esta investigación es un conjunto de Ítems de nivel ordinal que ubica los datos recolectados en una escala de grados definida en relación con cada

ítem en acuerdo, las cuales tienen un mismo esquema de reacción que hace que el entrevistado aprenda rápidamente el cómo funciona el sistema de respuesta. Teniendo como principal ventaja que todos los sujetos encuestados coinciden y comparten el orden de las expresiones y de los ítems para poder codificar los datos obtenidos de las actitudes a medirse, (Rivas Tovar, 2006).

Nuestras variables se debían orientar a las expectativas de la investigación para la consecuente contrastación de hipótesis. Aunque en la validación no se llegan a abordar hipótesis u objetivos más allá que los propios descriptivos sobre la validez y las características psicométricas del instrumento, a continuación, presentamos las variables que propusimos para formar parte del contenido del cuestionario de medición: capital social, cultural y económico con respecto a su rendimiento académico.

Según Carrasco, los capitales pueden ser medidos conforme las siguientes dimensiones de capital social, cultural y económico con respecto a su rendimiento académico; por ejemplo (Carrasco Gutierrez, 2008).

ANÁLISIS Y RESULTADOS

El instrumento inicialmente se administró a una muestra de alumnos de administración de sexto y séptimo semestre, para eliminar los ítems con dificultad de interpretación, de un total de 250 ítems se redujo el instrumento a 150, en una segunda aplicación se obtuvo un instrumento final con 64 ítems.

El instrumento, se diseñó en función de una variable dependiente (desarrollo de características emprendedoras) y dos independientes, (Una, los capitales; social, cultural y económico, y dos: la formación curricular) a través de las cuales, se definirá su contribución en el desarrollo de características emprendedoras en los alumnos de administración.

Tabla 7. Modelo para la creación de un instrumento que describa la contribución de la formación curricular y de los capitales social, cultural y económico en el desarrollo de características emprendedoras.

Variables	Indicador	Ítems	Alternativa de respuesta
Características emprendedoras (Sudek, 2006) (Lazear, 2003) (Ajzen, 1991) (Mc Clelland, 1976)	Índice de innovación Índice de generación de riqueza propia Índice de riesgo Índice de personalidad Índice psicológico Índice demográfico	Frecuencia con la que desarrollan los ítems o indicadores.	1. Nunca 2. Rara vez 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
Formación Quiceno (1996) (Ferry, 1997) (Reboul, 1989)	Índice de conocimiento Índice de formación universitaria Índice de vinculación universitaria Índice de reparación académica de los profesores		
Capitales	Social (Bourdieu P. , 1986) (Coleman, 1988) (Baker, 1990) (Burt, 1992) (Schiff, 1992)	Índice de capital social Índice de actividades de capital social Índice de soporte educativo de la familia	
	Cultural (Bourdieu, 1986) (Bourdieu & Passeron, 1977) (Goldthorpe, 2007) (Gregory, 2009)	Índice de actividades relacionadas con la cultura Índice de comunicación cultural Índice de bienes culturales Índice de recursos Índice de visitas a lugares Índice de actividad física Escolaridad de los padres	
	Económico (Bourdieu P. , 2000) (Elizalde & Repullo, 2004) (Harper-Scott & Samson, 2009)	Ingresos Ingreso promedio Índice de riqueza familiar Datos socioeconómicos Índice de consumo Índice de estatus del consumidor	

Fuente: Elaboración propia.

Para validar el instrumento, se propuso, un análisis factorial, cuyo propósito principal es sacar a la luz la estructura subyacente en una matriz de datos (Closas, Arriola, Jovanovich, Kuc, & Amarilla, 2013). Se utiliza en campos como la economía, física y principalmente en las ciencias sociales para estudiar relaciones entre variables y análisis de datos socioeconómicos.

Los resultados se obtuvieron de la prueba piloto, en donde se aplicó una encuesta de 64 ítems a 27 alumnos de la carrera de administración de la Universidad

Autónoma del Estado de Hidalgo. La encuesta permitió que al aplicar el análisis factorial en el programa SPSS Versión 21, se pudieran seleccionar los ítems que son determinantes para medir la contribución de las variables independientes en el desarrollo de características emprendedoras, resultante de comprimir, generar un índice y un coeficiente de correlación y de varianza para eliminar los ítems más ambiguos.

Para esto, de cada ítem seleccionado se realiza a través del programa un análisis detallado de los indicadores que

se relacionan, en este caso, la pertinencia de los ítems de cada una de las variables de formación curricular y de los capitales social, cultural y económico, que tuvieron

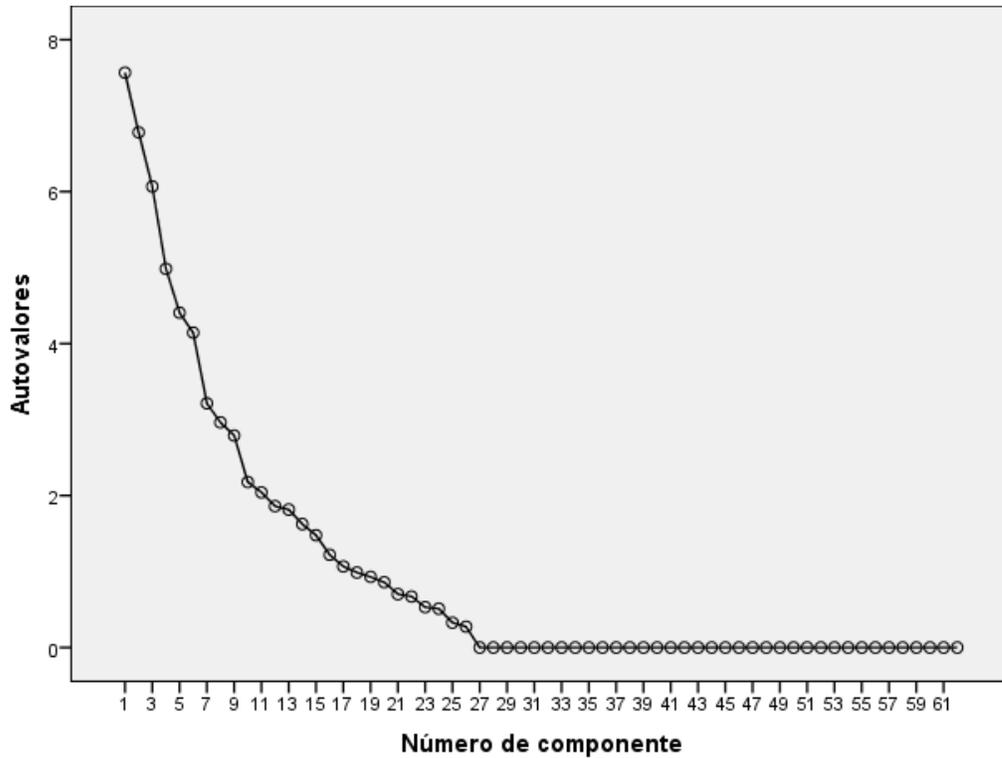
relevancia y que son determinantes para el desarrollo de características emprendedoras.

Tabla 8. Análisis Factorial

Componente		Auto valores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
		Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	Tratas de mejorar algún proceso para realizar actividades eficazmente	7.566	12.203	12.203	7.566	12.203	12.203
2	Grado en el que el profesor se muestra competente en su asignatura	6.780	10.936	23.139	6.780	10.936	23.139
3	Realizas actividades para obtener ingresos extras	6.068	9.787	32.926	6.068	9.787	32.926
4	Tu universidad implementa actividades que impulsen el emprendimiento	4.984	8.039	40.965	4.984	8.039	40.965
5	Tu universidad fomenta la realización de prácticas profesionales	4.407	7.108	48.072	4.407	7.108	48.072
6	Buscas sobresalir de entre el grupo de personas donde te desenvuelves	4.144	6.684	54.757	4.144	6.684	54.757
7	Tus padres hablan sobre asumir riesgos	3.214	5.183	59.940	3.214	5.183	59.940
8	Tus padres apoyan tus iniciativas	2.962	4.778	64.718	2.962	4.778	64.718
9	Tus padres comentan sobre tu educación	2.791	4.501	69.219	2.791	4.501	69.219
10	Grado en el que el plan de estudios de tu carrera desarrolla actividades emprendedoras	2.179	3.514	72.733	2.179	3.514	72.733
11	Desarrollas nuevas habilidades y/o talentos	2.042	3.294	76.027	2.042	3.294	76.027
12	Tus padres apoyan que asumas riesgos	1.860	3.001	79.028	1.860	3.001	79.028
13	Tratas de reducir costos y/o ahorrar dinero	1.816	2.929	81.956	1.816	2.929	81.956
14	Vistas el teatro	1.624	2.619	84.576	1.624	2.619	84.576
15	Asistes a eventos religiosos	1.478	2.384	86.960	1.478	2.384	86.960
16	Realizas viajes al extranjero al año	1.221	1.969	88.928	1.221	1.969	88.928
17	Realizas viajes nacionales al año	1.069	1.723	90.652	1.069	1.723	90.652

Fuente: Elaboración propia con datos de prueba piloto en programa SPSS versión 21.

Gráfico. 1 sedimentación



Fuente: Elaboración propia con datos de prueba piloto en programa SPSS versión 21.

Dentro de los resultados que arroja el análisis factorial se encontró que; para la variable *características emprendedoras*, se diseñaron 14 ítems, aplicando las pruebas estadísticas, al menos 5 son las que representan la mayor relevancia en los resultados. Para la variable *formación*, se diseñaron 6 ítems, aplicando las pruebas estadísticas, solo 4 son las que representan el mayor nivel de significancia en los resultados. Para la variable *capitales*; se diseñaron 41 ítems distribuidos en 14 económicos, 10 sociales y 17 culturales, después de las pruebas estadísticas, las subvariables quedaron representadas de la siguiente manera; en 1 económico, 4 sociales, 3 culturales. Como se ilustra en el gráfico 1, 17 variables o indicadores expresan el mayor porcentaje de propiedades que pueden ayudar a describir y explicar el fenómeno dada su relación entre variables.

En la tabla 8, se muestra la relación de los indicadores con las variables y su contribución en la consecución de los objetivos propuestos en el estudio.

Tabla 8. Objetivos específicos, variables e indicadores.

Objetivos	Dimensión/Variables	Numero de pregunta	
Identificar si la formación curricular universitaria y el perfil de los académicos condicionan el desarrollo de características emprendedoras.	Formación	64, 62, 61, 60	
Identificar si los capitales social, cultural y económico influyen en el desarrollo de características emprendedoras.	Capitales	Económico	41
		Social	27, 28, 29, 31
		Cultural	34, 37, 42
Identificar si los alumnos de la carrera de administración de las universidades públicas mexicanas de la zona centro han adquirido características emprendedoras en su formación curricular.	Características emprendedoras	49, 50, 57, 59, 61	

Fuente: Elaboración propia con datos de prueba piloto en programa SPSS versión 21.

Para demostrar confiabilidad en el instrumento, se utilizó el coeficiente de homogeneidad o consistencia interna, denominado Alfa de Cronbach (Cronbach, 1951) para medir la correlación de los ítems. Dicho coeficiente de correlación; evalúa la confiabilidad o consistencia interna de un instrumento de escala Likert, o escalas de opciones

múltiples (Cohen & Swerdlick, 2001). Para determinar el coeficiente, se utilizó la matriz de correlación del análisis factorial, donde se calcula la correlación de cada ítem con cada uno de los otros, resultando una gran cantidad de coeficientes de correlación. El valor de α es el promedio de todos los coeficientes de correlación (Cozby, 2005).

Tabla 10. Estadísticos de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N. de elementos
.923	64

Fuente: Elaboración propia con datos de prueba piloto en programa SPSS versión 21.

Los ítems que resultaron en la matriz de correlación con puntaje de .9 a 1 son los que se consideran para el análisis por tener mayor puntaje y confiabilidad, lo que le da mayor validez al instrumento.

También, se realizó, un análisis bivariado para determinar la asociación entre la variable dependiente (desarrollo de características emprendedoras) y las independientes (contribución de la formación curricular

universitaria y de los capitales social, cultural, económico), utilizando el coeficiente estadístico de Pearson, utilizando el programa SPSS versión 21. La prueba de significación estadística, basada en el coeficiente de Pearson tiene como fin examinar asociación entre variables categóricas, se dice que existe asociación entre variables cuando los valores de una de ellas dependen de los valores de otra relación cuando éstas son independientes (Ferrando, 1997).

Tabla 11. Correlación de variables

Tratas de mejorar algún proceso para realizar actividades eficazmente / Tratas de reducir costos y/o ahorrar dinero	.546**
Tratas de mejorar algún proceso para tener un mejor resultado / Realizas actividades para obtener ingresos extras	.612**
Tratas de mejorar algún proceso para tener un mejor resultado / Buscas sobresalir de entre el grupo de personas donde te desenvuelves	.569**
Tratas de mejorar algún proceso para tener un mejor resultado / Buscas la excelencia en las actividades que realizas	.551**
Buscas sobresalir de entre el grupo de personas donde te desenvuelves / Buscas la excelencia en las actividades que realizas	.773**
Grado en el que el plan de estudios de tu carrera desarrolla actividades emprendedoras / Tu universidad implementa actividades que impulsen el emprendimiento	.704**
Grado en el que el plan de estudios de tu carrera desarrolla actividades emprendedoras / Grado con el que los profesores de tu universidad se muestran competentes en el desarrollo de emprendimientos	.684**
Grado en el que el plan de estudios de tu carrera desarrolla actividades emprendedoras / Grado en el que el profesor se muestra competente en su asignatura	.640**
Tu universidad implementa actividades que impulsen el emprendimiento / Tu universidad fomenta la realización de prácticas profesionales	.517**
Tu universidad fomenta la realización de prácticas profesionales / Grado con el que los profesores de tu universidad se muestran competentes en el desarrollo de emprendimientos	.512**
Grado con el que los profesores de tu universidad se muestran competentes en el desarrollo de emprendimientos / Tu universidad implementa actividades que impulsen el emprendimiento	.714**
Grado en el que el profesor se muestra competente en su asignatura / Grado con el que los profesores de tu universidad se muestran competentes en el desarrollo de emprendimientos	.853**

Fuente: Elaboración propia con datos de prueba piloto en programa SPSS versión 21.

Para reforzar la validez del instrumento, se aplicó un análisis bivariado para conocer la correlación entre las variables. Las relaciones estadísticas se obtienen mediante una primera fase de exploración conocida como análisis de correlación. Consiste en analizar los datos muestrales para saber el grado de relación entre dos o más variables de una población. Su grado, se expresa como número comprendido entre -1 y +1 y se reconoce coeficiente de correlación (Pedroza & Dicoovsky, 2006). En este trabajo se consideró que aquella relación entre variables, mayor que .5 representa una significancia moderada pero válida, y aquellos resultados arriba de .6 representan una significancia fuerte en la correlación entre variables. El cuadro 6, representa una síntesis de aquellas variables más significativas al estudio de acuerdo con el nivel de correlación que representan, lo cual reforzó la validez del instrumento en la prueba piloto lo que implica que se puede replicar como se tiene proyectado.

Con los resultados expuestos, se muestra pertinente la construcción de un modelo que describa la relación entre las variables que describen la contribución de la formación curricular y de los capitales social, cultural y económico para la adquisición de características emprendedoras.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

- El análisis de la contribución de la formación curricular universitaria y de los capitales confirma la necesidad de incorporar nuevas herramientas que influyan en la formación de características emprendedoras en los alumnos, principalmente por lo que pueden aportar los docentes a través de sus competencias, de la incorporación en los planes de estudio de actividades emprendedoras y de la

experiencia profesional adquirida con las prácticas profesionales.

- Se identificó la relación de las variables de cada indicador incluyendo las mayores de .5 con cualquiera de los indicadores.
- La aplicación de pruebas estadísticas como el análisis factorial, permitió simplificar de 250 a 150 ítems y en otra prueba de 150 en 64, y con la posibilidad de simplificarlo hasta en 17 ítems, agrupados en tres factores o variables que permiten

medir la contribución de la formación curricular y los capitales social, cultural y económico en la formación de características emprendedoras como son; innovación, propensión al riesgo, personalidad, aspectos psicológicos y demográficos.

- Con el análisis se logra el diseño de un instrumento confiable, en tres variables que permitirán contrastar los objetivos planteados en este trabajo.

REFERENCIAS

- Adler, P. S., & Kwon, S.-W. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept . *The Academy of Management Review* , 17-40.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- ANUIES. (19 de Octubre de 2016). Anuarios Estadísticos de Educación Superior. En: www.anui.es/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior [10/10/2017] .
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Ávila Sandoval, S., & Buelna Serrano, M. E. (2008). Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. *Tiempo y Escritura*. En: www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html
- Ayerbe, M. & Buenetxea, E. (2000). La cultura del trabajo y la actitud emprendedora en el ámbito profesional de la C.A.P.V. *Cuadernos sociológicos Vascos*, 3. En: http://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/cuaderno_sociologico_vasco_3/es_cu_soc3/adjuntos/cs_v3.pdf
- Baker, W. E. (1990). Market networks and corporate behaviour. *American Journal of Sociology*, 96(3), 589-625.
- Baptiste Say, J. (1889). *A Treatise on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption*. Philadelphia: New American Edition.
- Baumol, W. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Benavente, J. (2004). *El proceso emprendedor en Chile*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo FUNDES Internacional.
- Benz, M. (2009). Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1), pp. 23-44.
- Bourdieu. (1984). *Sociología y cultura*. Paris: Grijalbo.
- Bourdieu. (1986). La escuela como fuerza conservadora: desigualdades escolares y culturales. En *La nueva sociología de la educación* (págs. 103-109). México: SEP- El caballito México.
- Bourdieu. (1987). *Los tres estados del capital cultural*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Los tres estados del capital cultural.: <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>
- Bourdieu. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclee de Brouwer.
- Bourdieu, P. (1986). Las formas de capital. En J. G. Richardson, *Manual de teoría e investigación para la sociología de la educación* (págs. pp. 241-258). Nueva York: Greenwood.
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales* . Madrid : Desclee de Brouwer .
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Madrid: Desclee de Brouwer.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1977). *La Reproducción*. Barcelona.: Ediciones Laia -colección Papel 451.

- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: The University of Chicago Press .
- Burt, R. S. (1992). "The social structure of competition". En R. G. Eccles, & N. Nohria, *Networks and organizations structure, form, and action*. (págs. Págs. 57-82.). Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- 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. (2004). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, cap. 9 (pp. 143-160). Valencia, España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Cantillon, R. (1755). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: FCE.
- Carrasco Gutierrez, G. (2008). *Influencia del capital cultural, capital economico y capital social basado en la familia sobre el rendimiento de los estudiantes: un analisis comparativo*. Lima: Descó.
- Céspedes, J. M. (2000). *El perfil humano del emprendedor*. Valencia: Action Learning.
- Chell, E., Haworth, J., & Brearley, S. (1991). The economists view of the entrepreneur. En *The entrepreneurial personality* (págs. 12-27). Canada: Routledge.
- Chth, E., Haworth, J., & Brearley, S. (1991). The economists view of the entrepreneur . En *The entrepreneurial personality* (págs. 12-27). Canada : Routledge.
- Closas, A. H., Arriola, E. A., Jovanovich, E. C., Kuc, C. I., & Amarilla, M. R. (2013). Análisis multivariante, conceptos y aplicaciones en psicología educativa y psicometría. *Enfoques*, XXV(1), 65-92.
- Cohen, R., & Swerdlick, M. (2001). *Pruebas y Evaluación Psicológicas. Introducción las pruebas de la medicina*. México: Graw Gill.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, vol.94, suplemento, p. 95-120.
- Cozby, P. (2005). *Métodos de Investigación del Comportamiento*. México: McGraw Hill.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient Alpha and the internal structure of tests. En *Psychometrika*, 16, 297-334).
- Douglas, E., & Shephard, D. (2000). Entrepreneurship as a utility-maximize response. *Journal of Bussines Venturing*, 15, 231-251.
- Elizalde, A. & Repullo, R. (2004). Capital regulatorio y capital económico: un análisis de sus determinantes. *Revista Estabilidad Financiera*, 141-158.
- Espíritu, R., & Moreno, H. (2010). *La influencia de los rasgos de personalidad, riesgo, control interno y necesidad de logro en la intención emprendedora: un estudio empírico con estudiantes universitarios*. México: Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática.
- Ferrando, M. G. (1997). *Socioestadística* . Madrid: Alianza Editorial .
- Ferry, G. (1997). El trayecto de la formación. Los enseñantes entre teoría y la practica. México: Piados.
- Fuentes García , F. J. & Sánchez Cañizares, S. M. (2010). Analisis del perfil emprendedor: una perspectiva de genero. *Estudios de economia aplicada*, 28(3), 1-28.
- GEM. (2014). *Monitor Global de la Actividad Emprendedora, Mexico 2011*. Recuperado el 23 de Febrero de 2015, de Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/teams/66/mexico>
- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understading the process of starting small bussinesses. *Small Business Journal*, 1(1), 26-45. <https://doi.org/10.1177/026624268200100102>
- Gobierno de la Republica. (2013). *Plan de Desarrollo Nacional 2013-2018*. Estados Unidos Mexicanos: Gobierno de la Republica.
- Goldthorpe, J. (13 de Marzo de 2007). *Sociologica*. Obtenido de Obtenido de Sociologica: <http://www.sociologica.mulino.it/doi/10.2383/24755>
- Gregory, D. J. (2009). *The Dictionary of Human Geography*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Volume 67, 130-138.
- Harper-Scott, J. &. (2009). *An Introduction to Music Studies*. New York. Cambdridge University Press.
- Harper-Scott, J. & Samson, J. (2009). *An Introduction to Music Studies*. New York: Cambdridge University Press.
- Hornday, J., & Aboud, J. (1971). Charateristics of successful entrepreneurs. En *Personnel Psychology*. 24(2), 141-153.
- Knight, F. (1971). *Risk, Uncertainty and Profit*. En *Essays in the History of Economics*: University of Chicago Press, Chicago (First edition 1921).
- Krueger, N. (2001). *Babson*. Obtenido de *Frontiers for entrepreneurship research 2001*: <https://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/Babson2001/TOC/TOC.html>
- Lazear, E. (2003). Entrepreneurship. *Discussion Paper Series IZA DP N° 760*. En: <http://ftp.iza.org/dp760.pdf>
- Lederman, Daniel; Messina, Julián; Pienknagura, Samuel & Rigolini, Jamele (2014) El emprendimiento en América Latina muchas empresas y poca innovación. Banco Mundial. En:

http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf

- Lin, N. (1982). Social Resources and Instrumental Action. En: P. V. Marsden & N. Lin (Eds) *Social Structure and Network Analysis*, pp. 131-145 (Beverly Hills, CA, Sage).
- Martín Cruz, N., Hernangómez Barahona, J. & Rodríguez Escudero, A. I. (2005). Análisis de la Formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía*, 34, 131-145.
- McClelland, D. (1976). *The Achieving Society*. New York, USA: Halsted Press.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ.: D. Van Norstrand Co.
- Mipymes. (2006). *Portal Empresarial Colombiano*. Obtenido de Emprendimiento: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=2606>
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2) pp. 242-266 .
- OCDE/CEPAL/CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017 Juventud, Competencias y Emprendimiento*. Paris: OECD Publishing.
- Quiceno, H. (1996). Rousseau y el concepto de formación. *Revista educación y pedagogía.*, 14 y 15, 66-92.
- Reboul, O. (1989). *Philosophie de l'Éducation*. Paris: PUF.
- Reynolds, P. &. (2003). Global Entrepreneurship Monitor. En: <https://www.gemconsortium.org/report/47102>
- Rodríguez Ramírez, A. (Julio de 2009). Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial. *Pensamiento y Gestión* 26, 94-119.
- Schiff, M. (1992). Social Capital, Labor Mobility, and Welfare: The Impact of Uniting States. *Rationality and Society*, 4(2), 157-175. <https://doi.org/10.1177/1043463192004002003>
- Scott, M., & Twomey, F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business*, 26(4), 5-13.
- Serrano Bedia, A. M., Pérez Pérez, M., Palma Ruiz, M., & López Fernández, M. C. (2015). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, 32, 82-95.
- Shumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass. Transaction Publishers
- Stiglitz, J. E. (1998). *Towards a New Paradigm for Development*. Geneva: UNCTAD. En: <http://web.worldbank.org/archive/website01013/WEB/IMAGES/PREBISCH.PDF>
- Stimpson, D., Robinson, P., Huefner, J., & Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15, 13-31.
- Sudek, R. (2006). Angel investment criteria. *Journal of Small Business Strategy*, 17(2), 89-103.
- Bank for International Settlements (2009). Range of practices and issues in economic capital frameworks. En: <https://www.bis.org/publ/bcbs152.pdf>
- UNAM. (2005). *Plan de Estudios*. En: <http://fcaenlinea1.unam.mx/licenciatura/administracion/> [5/3/2015]
- Universia. (2015). *Universia México*. En: <http://www.universia.net.mx/universidades/busqueda-avanzada> [15/10/2015]
- Universidad del Desarrollo. (2015). *Instituto de Emprendimiento*. En: <http://negocios.udd.cl/ie/lineas-de-investigacion/educacion-para-el-emprendimiento/>
- Van Praag, M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), pp. 311–335.

OTRAS REFERENCIAS

- Álvarez, S. (2014). *8 razones que frenan el emprendimiento*. En: <https://expansion.mx/emprendedores/2014/06/23/8-razones-que-frenan-el-emprendimiento> [24/06/2016]
- ITESM. (2001). *Modelo de Incubación de Empresas* . Obtenido de El concepto de Incubadoras de Empresas se propaga por el mundo. En: http://ide.itesm.mx/servicios_incubadora.php
- Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (2005). *"Hacer Empresa: Un Reto"*. Neiva: Fondo Editorial Nueva Empresa.

ANEXO 1

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión de los alumnos de la licenciatura en Administración sobre la formación de emprendedores en las universidades. La información proporcionada es de carácter confidencial y de uso exclusivo para esta investigación, por lo que solicitamos sea lo más veraz posible.

Instrucciones: Conteste seleccionando la respuesta correspondiente según su criterio.

Fecha de aplicación: _____

1. Preguntas Generales

Institución participante: UAEH _____ UNAM _____ UAM _____ IPN _____ UAEM _____

Semestre: Sexto _____ Séptimo _____

Edad: 18-19 _____ 20-21 _____ 22-23 _____ 24-25 _____ Más de 26 _____

Género: Masculino _____ Femenino _____

Estado civil: Soltero _____ Casado _____ Libre _____ Divorciado _____ Viudo _____

Nivel de dependencia: dependiente _____ no dependiente _____

Colonia _____ C.P. _____

Localidad: _____ Municipio: _____

Estado: _____ Teléfono: _____

1. Ingreso familiar promedio mensual
1. 600-1,500 2. 1,500-2,500 3. 2,500-6,000 4. 6,000-10,000 5. Más de 10,000
2. Empleo del padre
1. Obrero 2. Gobierno 3. Empleado 4. Pensionado 5. Independientes
3. Empleo de la madre
1. Ama de casa 2. Empleado 3. Gobierno 4. Pensionado 5. Independientes
4. Tu familia cuenta con:
1. Casa propia 2. Casa rentada 3. Casa prestada
5. Tu familia cuenta con automóvil
1. Ninguno 2. Uno 3. De 2 a 3 4. De 4 a 5 5. Más de 6
6. Cuantos televisores hay en tu casa
1. Ninguno 2. Uno 3. De 2 a 3 4. De 4 a 5 5. Más de 6
7. En tu casa cuentan con internet
1. No 2. Si
8. En tu casa cuentan con computadora
1. Ninguno 2. Uno 3. De 2 a 3 4. De 4 a 5 5. Más de 6
9. En tu familia cuantas personas cuentan con teléfono celular
1. Ninguno 2. Uno 3. De 2 a 3 4. De 4 a 5 5. Más de 6
10. Lugar donde adquieres tus artículos de uso personal
1. Mercado 2. Tianguis 3. Departamentales 4. Tiendas de la marca 5. On Line
11. Lugar donde adquieres tus artículos de consumo
1. Mercado 2. Tianguis 3. Departamentales 4. Tiendas de la marca 5. On Line
12. Qué tipo de lectura acostumbras
1. Comics 2. Periódico 3. Internet 4. Libros 5. Revistas especializadas
13. Qué tipo de bebidas toma con mayor frecuencia
1. Cerveza 2. Tequila 3. Vinos espumosos 4. Whisky 5. Champaña
14. Escolaridad del padre
1. Ninguno 2. Primaria 3. Secundaria 4. Preparatoria 5. Profesional
15. Escolaridad de la madre
1. Ninguno 2. Primaria 3. Secundaria 4. Preparatoria 5. Profesional

ANEXO 2

1	Nunca	2	Rara vez	3	Algunas veces	4	Casi siempre	5	Siempre
---	-------	---	----------	---	---------------	---	--------------	---	---------

N.	Afirmaciones	1	2	3	4	5
1	Tus padres o tutores comparten la comida principal					
2	Tus padres o tutores comentan temas de emprendimiento					
3	Tus padres conversan contigo sobre negocios, finanzas e innovación					
4	Asistes a eventos como conferencias, ferias de emprendimiento					
5	Tus padres apoyan tu permanencia en la universidad					
6	Tus padres comentan sobre tu educación					
7	Tus padres apoyan que asumas riesgos					
8	Tus padres apoyan tus iniciativas					
9	Tus padres influyen en tu toma de decisiones					
10	Tus padres hablan sobre asumir riesgos					
11	Visitas Museos					
12	Asistes al cine					
13	Vistas el teatro					
14	Asistes a conciertos					
15	Asistes a reuniones sociales					
16	Asistes a eventos religiosos					
17	Discutes con tus padres temas culturales					
18	Pasas por lo menos dos horas diarias frente al televisor					
19	Adquieren obras de arte					
20	Realizas viajes nacionales al año					
21	Realizas viajes al extranjero al año					
22	Prácticas algún deporte					
23	Practicar ciclismo					
24	Practicar atletismo					
25	Practicar fútbol					
26	Con qué frecuencia lees					
27	Consumes bebidas embriagantes					
28	Tratas de mejorar algún proceso para realizar actividades eficazmente					
29	Tratas de reducir costos y/o ahorrar dinero					
30	Tratas de mejorar algún proceso para tener un mejor resultado					
31	Realizas actividades para obtener ingresos extras					
32	Tomas decisiones con riesgo elevado					
33	Cambias tu comportamiento para ser aceptado en un grupo					
34	Te sientes insatisfecho con los resultados de las actividades que realizas.					
35	Logras cumplir tus objetivos propuestos					
36	Buscas sobresalir de entre el grupo de personas donde te desenvuelves					
37	Buscas la excelencia en las actividades que realizas					
38	Desarrollas nuevas habilidades y/o talentos					
39	Grado en el que el plan de estudios de tu carrera desarrolla actividades emprendedoras					
40	Tu universidad implementa actividades que impulsen el emprendimiento					
41	Tu universidad fomenta la realización de prácticas profesionales					
44	Grado con el que los profesores de tu universidad se muestran competentes en el desarrollo de emprendimientos					
43	Grado en el que el profesor se muestra competente en su asignatura					

NOTAS

ⁱ Este artículo es un avance de la tesis doctoral "La contribución de la formación curricular universitaria y de los capitales social, cultural, económico en el desarrollo de características emprendedoras" adelantada en el Doctorado en Ciencias de la Administración, en la División de Estudios de Posgrado, de la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, www.unam.mx. Fecha de recepción (05/04/2018). Fecha de aceptación (11/05/2018).

ⁱⁱ Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Académico, , Doctorando del [Doctorado en Ciencias de la Administración](#) Universidad Nacional Autónoma de México UNAM E.Mail: jlreyes_13@hotmail.com, juan_reyes5805@uaeh.edu.mx

ⁱⁱⁱ Dr. Post PhD, Director Grupo de Investigación FIDEE. Tutor del [Doctorado en Ciencias de la Administración](#) Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, E-mail: manuelalfonsogarzon@fidee.org.

^{iv} PhD. Profesora-Investigadora de Tiempo Completo. Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. E.mail: btapia@fca.unam.mx