

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, LEÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



UNAN-León

**MONOGRAFIA PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TITULO

**CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DEL ESTUDIANTADO DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, LEON, 2020**

Autores:

Bra. Leonor José Lacayo Martínez

Bra. Fátima del Carmen Orozco Moreno

Tutores: Dra. Justa Pastora Amador Ruiz

M.Sc. Roberto José Sánchez Aguilar

Asesor: M.Sc. Mario Alberto Talavera

León, octubre de 2020

“A LA LIBERTAD POR LA UNIVERSIDAD”

46109



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
León, Nicaragua, C. A.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Decanatura

RECIBIDO 17 MAR 2020
10:15 am

León, 17 de marzo de 2020.
Ref.:0124

Dra. Flor de María Valle Espinoza
Rectora
UNAN-LEÓN
Su Despacho

Estimada Doctora Valle:

Reciba un cordial saludo de nuestra parte.

A través de la presente le solicito autorización para realizar investigación titulada: "Capacidad emprendedora y resiliencia en los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León". Para tal efecto solicitamos nos permita aplicar instrumento de investigación en los grupos de clase.

Adjunto solicitud del docente y formato de instrumento a aplicar.

Sin más a que referirme, me despido deseándole éxito en el desarrollo de sus funciones.

Atentamente,

V.B.

M.Sc. Roberto Sánchez Aguilar
Decano
Ciencias Económicas y Empresariales

CC:
Archivo,
RSA/sib

V.B.
Felipe Campos A.

V.B.

V.B.

V.B.

RECIBIDO 18 MAR 2020
11:04 am

V.B.
03/04/2020

03/4/2020

INDICE

Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	3
1.3. Planteamiento del Problema	7
1.4. Justificación	10
1.5. OBJETIVOS.....	11
1.5.1. Objetivo General	11
1.5.2. Objetivos Específicos.....	11
1.6. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	11
Capítulo 2. Marco Referencial	12
2.1. Marco Teórico	12
2.2. Conceptualización	12
2.3. Factores que influyen en la intención de emprender	13
2.3.1. Características personales.....	13
2.3.2. Punto de partida de la Capacidad Empresarial	14
2.3.3. Criterio de definición de la capacidad emprendedora.....	16
2.3.4. Criterio economicista de la capacidad emprendedora	17
2.3.5. Criterios conductistas	18
2.3.6. Influencia de la capacidad emprendedora al comportamiento emprendedor.....	18
2.3.7. Factores que inciden sobre las capacidades emprendedoras	19
2.4. Enfoques teóricos de investigación del emprendedor.....	20
2.4.1. Teoría de los rasgos de personalidad	20
2.4.2. Teoría de la Acción Razonada	20
2.4.3. Teoría de comportamiento planificado	20
2.5. Enfoque psicológico	22
2.6. Capacidad del Emprendedor.....	23
2.6.1. Capacidad de realización	23
2.6.2. Capacidad de planificación	24
2.6.3. Capacidad de relacionarse socialmente	25

2.6.4.	Capacidad de innovación	26
2.7.	La influencia del género en la intención de emprender.....	27
2.7.1.	Antecedentes familiares	27
2.7.2.	Nivel Educativo	28
Capítulo 3.	Diseño Metodológico.....	29
3.1.	Tipo de estudio.....	29
3.1.2.	Diseño de investigación	30
3.1.3.	Área de estudio	31
3.1.4.	Sujeto de estudio	31
3.1.5.	Población	31
3.1.6.	Muestra o Unidad de Análisis.....	31
3.1.7.	Muestreo	32
3.2.	Fuentes de información.....	34
3.2.1.	Fuentes primarias:	34
3.2.2.	Fuentes secundarias:	34
3.3.	Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	35
3.3.1.	Procedimientos	35
3.3.2.	Método de análisis de datos.....	35
3.3.3.	Aspectos éticos	37
3.4.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	38
Capítulo 4.	Análisis de Resultados	40
4.1.	Análisis descriptivo.....	40
4.1.1.	Caracterización de los estudiantes.....	40
4.1.2.	Análisis descriptivo de la edad de los estudiantes universitarios	40
4.1.3.	Análisis descriptivo del género de los estudiantes emprendedores universitarios	41
4.1.4.	Análisis descriptivo de la variable estado civil del estudiante universitario ..	41
4.1.5.	Análisis del descriptivo de la procedencia y la intención de emprender.....	42
4.1.6.	Análisis descriptivo de la variable trabaja el estudiante universitario	42
4.1.7.	Análisis descriptivo de la intención emprendedora	43
4.1.8.	Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de innovación	44
4.1.9.	Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de realización personal	45

4.1.10.	Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de planificación estratégica.....	46
4.1.11.	Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de relación social	47
4.1.12.	Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras por facultad	48
4.1.13.	Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras por Ciencia	51
4.1.14.	Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras del género femenino y edad	54
4.1.15.	Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras, género masculino y edad	56
4.1.16.	Análisis de la matriz de correlación de las capacidades emprendedoras de los estudiantes universitarios a nivel general	¡Error! Marcador no definido.
4.1.17.	Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras e intención	58
Capítulo 5.	CONCLUSIONES	59
Capítulo 6.	RECOMENDACIONES	60
Capítulo 7.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	61

INDICE DE TABLA

Tabla 1:	Calculo de muestra de estudio según estrato.....	33
Tabla 2:	Operacionalización de Variables demográficas de la capacidad emprendedora	38
Tabla 3	Operacionalización de Variables de capacidad emprendedora.....	39
Tabla 4	Contingencia de la procedencia y la intención de emprender	42
Tabla 5	Correlación de capacidades emprendedoras por facultad	49
Tabla 6	Correlación de capacidades por ciencias.....	52
Tabla 7	Correlación de capacidades emprendedoras del género femenino	55
Tabla 8	Correlación de capacidades emprendedoras del género masculino y edad.....	57

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2:	Descriptivo de la edad del egresado.....	40
Gráfico 3:	Descriptivo del género de los estudiantes universitarios.....	41
Gráfico 4:	Trabaja el estudiante universitario	43
Gráfico 5.	Descriptivo de la intención emprendedora.....	43
Gráfico 6	Medias marginales estimadas para la capacidad de innovación.....	44
Gráfico 7	Medias marginales estimadas para la capacidad de realización personal	45
Gráfico 8	Medias marginales estimadas de la capacidad de planificación estratégica.....	46
Gráfico 9	Medias marginales estimadas de la capacidad de relación social.....	47
Gráfico 10	Matriz de correlación de las capacidades emprendedoras y la intención.....	58

INDICE DE FIGURA

<i>Figura 1: De la capacidad al comportamiento emprendedor.....</i>	<i>18</i>
<i>Figura 2: Evolución de los modelos de intención emprendedora.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3: Esquema de las fases de la investigación</i>	<i>29</i>

DEDICATORIA

A mis padres que me inculcaron la disciplina, responsabilidad y perseverancia como base principal para alcanzar mis metas y forjar los valores que guían mi existencia y mi identidad.

A mis hermanos por brindarme su apoyo incondicional, por comprender todo el esfuerzo que he puesto en el recorrido de mi vida.

A los tutores, PhD. Justa Pastora Amador y al M.Sc. Roberto Sánchez y al M.Sc. Mario Talavera, que no solo me han obsequiado su valioso conocimiento, sino, su invaluable dirección hacia el camino del descubrimiento científico aportando sus ideas y propuestas para enriquecerlo y obtener de este los mejores frutos, que condujeron con paciencia para alcanzar con éxito mi meta en esta etapa de mi vida.

Leonor Lacayo



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional y por permitirme concluir con mi objetivo.

Este trabajo está dedicado con todo mi cariño para mi abuela, quien estuvo conmigo gran parte de mi vida, la cual me enseñó a ser quien soy hoy. Gracias por enseñarme el camino de la vida, gracias por tus consejos, por el amor que me has dado y por confiar siempre en mí.

A mis padres por haber estado conmigo siempre, por brindarme su apoyo personal y económico, que con todo el amor, esfuerzo y dedicación me llevaron por el camino del bien.

Fátima Orozco

Agradecimientos

Mis profundos agradecimientos se los doy a mi padre, el héroe de mi vida, que me enseñó el amor al conocimiento a través de la lectura y a mi madre que con su amor ternura me condujo en las zandas de mi vida.

A los tutores Justa Pastora Amador y Roberto Sánchez y Mario Talavera por promover el pensamiento científico en los maestros y estudiantes y por preocuparse por el bienestar de todos los elementos y actores que conforman la Facultad de ciencias Económicas y Empresariales.

A mi compañera de tesis por compartir momentos en nuestra vida universitaria y por su apoyo en este proceso investigativo.

Y a todos los que me enseñaron que el camino a veces es fácil y otras es difícil y que somos caminantes, así como Antonio Machado dice:

“Caminante, son tus huellas el camino y nada más; caminante, no hay camino, se hace camino al andar, al andar se hace el camino, y al volver la vista atrás se ve la senda que nunca se ha de volver a pisar”.

Leonor Lacayo

Agradecimientos

Agradezco a mi tutora PhD. Justa Pastora Amador Ruiz, M.Sc. Roberto Sánchez y M.Sc. Mario Talavera, quienes, con sus conocimientos y su gran trayectoria, ha logrado en mí culminar mis estudios con éxito.

A mi familia por haber confiado en mí en todo momento.

A mi compañera de trabajo, por pasar a mi lado los momentos de mi vida universitaria y estar siempre en las buenas y en las malas, jamás lo olvidaré.

Fátima Orozco

Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La educación superior, se enfrenta hoy a un mundo globalizado y a la sociedad del conocimiento, donde es relevante aprender a aprender y acumular conocimiento, las vertiginosas transformaciones sociales, económicas y laborales, han evidenciado la necesidad de cambios profundos en el proceso de enseñanza-aprendizaje en todos los niveles educativos (Garrido-Yserte, Crecente-Romero, y Gallo-Rivera 2020), es decir; la competitividad, ha llevado a que dentro del ámbito académico las carreras profesionales no deben llevar exclusivamente a que los jóvenes alcancen un puesto de trabajo en la empresa deseada, o que logren el empleo deseable y seguro, sino a través de enseñanza técnica eficaz, los estudiantes podrían estar preparados con capacidades necesarias para contribuir a las demandas laborales y creación de empresas.

En América Latina, la evidencia indica que el sistema educativo y la familia es uno de los elementos más importantes en la motivación de la carrera emprendedora (Angelelli y Llisterri, 2003), a lo largo de todas estas etapas de enseñanza se pueden estimular y transmitir habilidades y el reconocimiento de oportunidades empresariales (Aldrich y Cliff, 2003), dada su naturaleza, requiere necesariamente con el desarrollo de ciertas capacidades (Verheul y Thurik, 2001), que implican distinto stock de conocimiento e información (Shane y Venkataraman, 2000), y a su vez, estas diferencias pueden explicar cómo el rendimiento de los jóvenes con una mayor formación y experiencia (Bosma, Hessels, Schutjens, Van Praag, y Verheul, 2012), su éxito están en función de los conocimientos + las habilidades + la motivación (Veciana, 2005), es decir la probabilidad de dificultad del quehacer de crear una nueva empresa es menos difícil (Din, Anuar, y Usman 2018).

El espíritu emprendedor en Nicaragua, se ha convertido en una de las actividades económicas más importante, en los cuales la generación de ideas emprendedoras, no sólo impacta al propio sector económico, sino también en una búsqueda de potenciar el

bienestar de otros sectores, en un aumento de la calidad de vida de los habitantes, oportunidades para los jóvenes, manutención de los atractivos naturales y su conservación como medio ambiente limpio y puro.

Como afirma (Kissi et al. 2020), el desarrollo de la capacidad emprendedora contribuye a la realización personal, logro de los objetivos sociales y a su vez crean riqueza a través del intercambio y/o innovación, es decir; se crea un beneficio mutuo, (Stripeikis 2011), el impacto social de la innovación, creatividad empresarial se puede ver en los cambios que se producen en las comunidades o grupos sociales (Acs, Boardman, y McNeely 2013).

Es de esta manera como la educación sigue siendo central en la sociedad presente y futura como motor de cambio, así queda expresado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 donde se pretende: “asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria” (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2018:21).

El trabajo de investigación busca analizar el desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, el cual, se justifica por la necesidad de capacitar estudiantes universitarios con conocimientos no sólo científicos, sino también direccionados a integrar su conocimiento científico y su creatividad para identificar ideas innovadoras de negocio, con el interés de fortalecer el perfil profesional, aportando a su formación académica y a la capacidad de emprender para la generación de empresas fundamentadas en un desarrollo sostenible y social. Adicional, se espera generar un impacto positivo no sólo en el desarrollo empresarial de la región, sino en el fomento de una cultura de emprendimiento en los estudiantes, ligada a su vez con la formación de personas competentes para identificar situaciones factibles a cambio y encontrar soluciones encaminadas a instaurar cambios significativos en el desarrollo local.

Este documento se divide en seis secciones. Después de la introducción y los antecedentes, la sección dos ofrece una breve revisión de la literatura emprendimiento, centrándose en la integración de las capacidades emprendedoras de jóvenes universitarios. La tercera sección presenta la metodología, en la cual se señala la metodología, el enfoque, el diseño y realización de la investigación, cuarto es el análisis de resultados, cinco conclusiones y seis las recomendaciones.

1.2. Antecedentes

Uno de los instrumentos más utilizados para analizar la participación en un determinado comportamiento la ofrece la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991, 2002), demostración de las actitudes individuales y estas a su vez son influencias a menudo por el comportamiento y las opiniones de otros (Ajzen, 1991, 2002). La Teoría del Comportamiento Planificado se aplica al campo de estudio del emprendimiento, estima, la intención emprendedora (Liñán y Chen, 2009), sin embargo la inexistencia de estudios relacionados a los casos de éxitos de "egresados universitarios", que aun teniendo formación, no logran visualizar oportunidades para triunfar en sus negocios. Aunque los modelos empresariales, demuestran que para ser más competitivos se requiere necesariamente de ciertas capacidades y habilidades gerenciales (Verheul & Thurik, 2001), implican distinto stock de conocimiento e información (Shane y Venkataraman, 2000), y a su vez, estas diferencias pueden explicar que los emprendedores con una mayor formación y experiencia son más propensas a aprovechar sus conocimientos, contactos y capital ahorrado (Bosma, Hessels, Schutjens, Van Praag, & Verheul, 2012).

Existen trabajos previos vinculados a las capacidades emprendedoras, que han permitido aportar a una mejor comprensión del tema; por ejemplo, a nivel internacional se tiene a (Echeverri-Sánchez et al. 2018), que en su investigación en un instituto de Medellín encontró que una gran cantidad de estudiantes ya han adoptado iniciativas emprendedoras, alentadas por la esperanza de que el emprendimiento les brindará independencia laboral y económica. Se puede considerar, por ello, que ellos tienen pensamientos orientados hacia un proceso de negocio. No obstante, tal como menciona

Shapero en su modelo del evento empresarial, aún es necesario un detonante que pueda transformar las intenciones emprendedoras que poseen en una acción concreta, esto es, hacia la creación real de una empresa.

Correa y Zavala (2017), en su investigación sobre los factores influyentes en la capacidad emprendedora de estudiantes en educación superior, señalan que el desarrollo de capacidades para el emprendimiento debe fomentarse principalmente en el entorno académico, pero vinculados al mundo de los negocios. Es así que las Instituciones de Educación Superior deben lograr que los estudiantes desarrollen la capacidad de crear e innovar productos o servicios para generar ingresos, así como considerar a las experiencias educativas de negocios como una fuente para promover emprendimientos sustentables, por ello tanto docentes como estudiantes deben trabajar de la mano.

Castelao et al. (2015), en su investigación sobre la intención emprendedora en los alumnos de universidades privadas de Madrid, identificaron factores asociados a la intención emprendedora, actuando sobre la motivación, las cualidades personales y las necesidades percibidas para emprender. Esos factores son: la trayectoria vital de cada estudiante, la familia y la universidad. Y dentro de la universidad, los factores son: la formación, los profesores como orientadores o motivadores, las prácticas en empresas, la internacionalidad y los recursos que fomentan o ayudan al emprendimiento. La motivación para ser emprendedor puede deberse a factores internos, como la vocación, el ser independiente, el afán de superación o el deseo de ganar más dinero, o a factores externos, como la situación económica actual en España o la tradición familiar.

Alvarado y Montalvo, (2015), en su investigación sobre la motivación al logro en estudiantes de administración en una universidad, en donde concluye que el grado de motivación al logro que tienen los estudiantes es bastante alto, según la escala utilizada. Asimismo, los estudiantes del primer ciclo poseen un mayor grado de motivación al logro, comparándolos con estudiantes del ciclo noveno, en las dos sedes.

En las mujeres, el grado de motivación viene a ser más alto comparándolos con los hombres, en las dos sedes. Finalmente, los estudiantes que no trabajan tienen un mayor grado de motivación que aquellos que lo hacen, en ambas sedes, aunque la diferencia entre ambos grupos no es significativa.

La investigación de Molina y Salas (2018) en Venezuela, referida a los factores que llegan a influir en las capacidades de emprendimiento de los estudiantes de la escuela de administración de empresas, en donde concluyen que dentro de las características personales, se tiene el mínimo de edad de 18 y un máximo de 32 años, con un promedio de 21 años; además, más del 50% pertenece al género femenino; por otro lado, la mayoría son provenientes de Arequipa, y la ocupación principal de sus padres es empleado y trabajador independiente. Las características académicas de los estudiantes muestran que la mayoría de ellos proceden de instituciones educativas privadas; asimismo, pertenecen al tercio medio y superior. Respecto a las capacidades emprendedoras, se percibió que la mayoría de ellos tienen un nivel medio de auto conocimiento, grado de motivación de logro, capacidades de persuasión y planificación, y un nivel alto en autoconfianza y visión de futuro. Finalmente, las capacidades emprendedoras se encuentran en un nivel mediano y alto.

Rolin (2018), en su investigación sobre el emprendedor y el ciclo de vida de las microempresas en el callao, concluye que se logró establecer una correlación de 0,856 muy alta o muy fuerte entre el emprendedor y el ciclo de vida de las microempresas; asimismo se determinó que entre la motivación y el ciclo de vida de las microempresas existe una relación positiva y directa; finalmente, se determinó también que las habilidades del emprendedor si tiene una relación positiva y directa con el ciclo de vida de las microempresas.

Peralta (2018), realizó una investigación sobre la influencia que tiene la motivación en las capacidades de emprendimiento en alumnos de secundaria, en la que concluye que la motivación influye en las capacidades de emprendimiento de las estudiantes que pertenecen al primer año de educación secundaria, puesto que en el postest, el grupo de experimentación alcanzo un 66.7% dentro del nivel alto (promedio de 21.83 puntos),

y el grupo control alcanzó un 0.0% dentro del mismo nivel (promedio de 9.17 puntos), siendo significativa la diferencia (12.66 puntos). Se determinó que la motivación de los Estudiantes si logra influir en su capacidad de relacionarse socialmente y en su capacidad de realización personal, así como en su creatividad y su capacidad para planificar.

Carbajal (2017), en su investigación sobre la personalidad proactiva relacionada las capacidades de emprendimiento en trabajadores de una empresa, concluye que la capacidad emprendedora predominante en el 40.3% de los trabajadores se encontró en un nivel "medio" o "regular". En la dimensión liderazgo y transformación, y dimensión capacidad de asumir riesgos, se percibe un nivel "alto" en el 55.3% y 35.7% de la muestra, respectivamente; por otro lado, en la dimensión negociación se muestra un nivel "bajo" en el 95.3% de los casos.

Delgado y Núñez (2017), en su estudio sobre las competencias emprendedoras de los estudiantes de ciencias empresariales en una universidad en Pimentel, concluyen que, en relación a la dimensión interpersonal, la mayoría de estudiantes está relacionado indirectamente con el emprendimiento. Asimismo, en la dimensión sistémica, se ha percibido que solo se cuenta con dos asignaturas relacionadas al emprendimiento y al desarrollo de competencias en sus alumnos del programa de estudios de administración, correspondientes al 6to ciclo académico y al 8vo. Asimismo, se determinó que el 81,8% de los alumnos de administración se consideran emprendedores, y que poseen capacidades para innovar, son creativos, poseen entusiasmo para emprender.

1.3. Planteamiento del Problema

La autonomía universitaria permite que el sector de la educación superior en Nicaragua, responda eficazmente a un conjunto de demandas rápidamente cambiante, el auge del espíritu emprendedor a nivel global ha venido a revolucionar el comportamiento de las industrias, la economía y la sociedad por igual.

El espíritu empresarial se ha vuelto cada vez más prominente en las economías basadas en el conocimiento. Los profesionales deben estar más alerta sobre cómo pueden crear un nuevo valor en todo tipo de entornos. La creación de nuevos conocimientos es una fuente de todo tipo de nuevas oportunidades, y los trabajos de por vida son cosa del pasado, ¿Cómo las personas identifican, evalúan y buscan oportunidades para la creación de nuevo valor? aprender y discutir un enfoque académico del espíritu empresarial, con capacidades de utilizar herramientas tradicionales de generación de modelos de negocio, como el lienzo del modelo de negocio, los métodos de pensamiento de diseño y la validación de clientes de la plataforma de lanzamiento ajustada.

Actualmente, el nivel de emprendimiento en Nicaragua se ubica en la posición 119 dentro de un muestreo global de 108 países y en la posición 24 dentro de los 24 países abordados para la Región Sur Americana, Centro Americana y el Caribe, según datos del reporte de *Global Entrepreneurship & Development Institute* (GEDI, 2019).

Esta posición ha variado anualmente según el aumento o la disminución en la percepción de múltiples ámbitos y actitudes, como la innovación de productos, el riesgo de capital, el apoyo cultural, avances tecnológicos y la igualdad de género, entre otras diversas funciones desarrolladas en torno al emprendimiento, Global Entrepreneurship y Development Institute, (GEDI, 2019).

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, es una de las universidades más antiguas de Centroamérica, con una tradición particularmente fuerte en las ciencias médicas, ciencia de la educación, ya que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es una de las facultades de la UNAN fundadas más joven, pero ha recibido

un número cada vez mayor de estudiantes. Las prioridades definidas en el plan estratégico institucional de la UNAN 2015-2020, están vinculadas al Plan de Nacional de Desarrollo Humano, que define la necesidad de fortalecer la calidad educativa y mejorar la formación integral en las áreas de ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento. Un ejemplo concreto es el fortalecimiento de capacidades mediante la formación continua del talento.

El Gobierno de Nicaragua sigue desempeñando un papel importante en la economía nacional y reconoce cada vez más la contribución del espíritu empresarial y el desarrollo del sector privado como motor del crecimiento económico. Sin embargo, a pesar de muchas iniciativas en esta área, el país aún enfrenta muchos desafíos. En este sentido, el municipio de León, se caracteriza por muy poca diversificación de la economía, con un fuerte enfoque en la economía rural y la producción agrícola. Las empresas a menudo venden productos básicos o materias primas y compiten sobre la base de los precios en lugar de la innovación, lo que genera una baja productividad y bajos salarios. La economía está principalmente impulsada por factores, con señales insuficientes de tecnología o servicios como insumo para el desarrollo del sector privado.

Lamentablemente la mayoría de los jóvenes de nuevas empresas fracasan, el común denominador ha sido, el nivel de confianza, como argumenta Henrekson & Sanandaji (2014), cuando el nivel de confianza en una sociedad es bajo, se hace necesario vigilar estrechamente a los empleados, confiar en parientes para el trabajo, o trabajar directamente. Cuando los empleados contratados no son confiables los emprendedores tienen dificultades para el crecimiento rápido de sus empresas innovadoras. En los países donde la confianza es baja, el autoempleo es alto, y por lo tanto, el espíritu emprendedor es bajo, y viceversa.

El problema consiste en la escasa medición del grado de importancia de la intención en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, en este sentido, esta investigación pretende determinar bajo el modelo de comportamiento planificado, las variables explicativas con la finalidad de poder tener un marco conceptual claro para el precepto de capacitación en la Universidad.

Ante los desafíos anteriores, la UNAN- León, se tiene que, si queremos contribuir con el crecimiento económico del país, es necesario que los profesionales de la educación superior que egresan de las diversas universidades tengan como una de sus metas el desarrollo de la actividad emprendedora, la cual se traduce en la creación de empresas para mejorar la calidad de su educación y programas emprendedores.

¿Cómo se relaciona las capacidades emprendedoras con la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León?

1.4. Justificación

El propósito principal de la investigación es determinar en qué medida las capacidades emprendedoras de los estudiantes afectan a su intención emprendedora, se abordó el estudio de la intención emprendedora a partir del modelo de Morales, Gutiérrez y Roig (2008) adaptado por Marulanda (2014), basado en las teorías de McClelland (1965), Shapero (1985), y las capacidades emprendedoras explicado por Mavila, Tinoco, y Campos (2009), basado en las teorías Mc Clelland (1965), y los enfoques de Robinson (1991), Cano, García, y Gea (2003), entre otros; para entender cuáles son las capacidades emprendedoras en la intención del estudiante universitario.

La relevancia académica del estudio, es evidente, ya que se trata de un proyecto de investigación tendiente a explorar un modelo conceptual, cuyos resultados, que determinarán las relaciones entre variables explicativas de la capacidad emprendedora con la intención emprendedora, y que beneficiarán a la comunidad académica y al proceso de enseñanza y aprendizaje en las universidades.

Partiendo de ahí, la formación de emprendedores en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, es un tema importante que se tiene que abordar e investigar ya que en la actualidad no se cuenta con un estudio de esta índole en la universidad, por lo tanto, se desconoce el impacto que tiene la capacidad de los egresados universitarios en el emprendimiento. Una vez concluido el estudio sus resultados favorecerán para que puedan ser utilizados en futuras investigaciones como fundamento claro del rol de la universidad frente a los emprendedores.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

- Analizar las capacidades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN- León, marzo- octubre 2020.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Caracterizar el nivel de desarrollo de las capacidades emprendedoras en estudiantes de las diferentes facultades de la universidad.
- Determinar el nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora de los estudiantes de las diferentes facultades de la universidad.
- Comparar las medias de las dimensiones de la capacidad emprendedora en las diferentes facultades de la universidad.
- Correlacionar las variables de las capacidades emprendedoras con la intención

1.6. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Existe relación significativa entre las capacidades emprendedoras y la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León.

Capítulo 2. MARCO REFERENCIAL-

2.1. Marco Teórico

La constante evolución en esta área temática, es posible valorar diferentes propuestas conceptuales con un interés orientado a la comprensión de la conducta del sujeto emprendedor y sus características. Sin embargo, las diferentes propuestas conceptuales de emprendedor no muestran conformidad en torno a una sola definición que abarque toda la amplitud y complejidad ligadas a este fenómeno.

2.2. Conceptualización

Desde una perspectiva histórica, Schumpeter (1997), define el emprendedor como un individuo innovador capaz de producir tanto desequilibrio como desarrollo (diferente de crecimiento económico como mero aumento del capital), de forma distinta a la tradicionalmente entendida en sociedad.

Morro y Hindle (2012) indican que la estructura de emprendedor implica la composición de un fenómeno basado en la acción, en procesos creativos, estratégicos y organizacionales interrelacionados.

Gartner (2012) determina que el emprendedor es una mera creación de organizaciones, restringiendo este fenómeno a procesos de emergencia, innovación y transformación (Gartner y Brush, 2016).

Por otra parte, Shane y Venkataraman (2000) conceptualizan el emprendedurismo como la asociación entre dos fenómenos, unidos a la presencia de oportunidades lucrativas e individuos emprendedores dispuestos a identificarlas y explotarlas. Carlsson et al. (2013) plantean varias definiciones, declarando que el emprendedurismo se relaciona a una función económica llevada a cabo por individuos que actúan de forma independiente o dentro de organizaciones, explorando o creando nuevas oportunidades e incluyendo sus ideas en el mercado.

En un contexto de incertidumbre, toman decisiones en el entorno local acerca de productos, uso de recursos, instituciones y sistemas de recompensa.

Desde el punto de vista etimológico, según Poncio (2010):

El origen etimológico [...] el término emprendedor proviene de los vocablos latinos in, en, y préndere, cuyo significado es "acometer o llevar a cabo". Por extensión y probablemente por influencia del francés y del italiano, lenguas en las que el empresario se dice entrepreneur e imprenditore respectivamente, el término también se utiliza para señalar a quien inicia una empresa. En consecuencia, puede afirmarse que emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor parte del riesgo (p. 21).

González y Morales (2012) afirman que el emprendedor es:

Un inventor, porque es aquel que idea, imagina, inventa, concibe y crea, algo que antes no existía. Un empresario crea o adquiere un negocio, pudiendo dedicarse a trabajar en el o no, contratando empleados que trabajan en pos de su crecimiento. Un emprendedor es un inventor y un empresario, salvo que su fin último no siempre será la creación de una empresa, sino que busca satisfacer desafíos personales o sociales (p. 13).

2.3. Factores que influyen en la intención de emprender

2.3.1. Características personales

Estudiosos de diversas ciencias, como las sociales, la economía, la sociología, la psicología, entre otras, están continuamente investigando sobre las características que definen el comportamiento de las personas que desean la carrera empresarial. La importancia del enfoque en los factores que influyen en este proceso está basada en los estudios de varios autores (McClelland, 1965; 1972; Collins et al., 1964; Boava y Macedo, 2009; González et al., 2011; Ayala y Manzano, 2009; 2014), donde se considera la fuerza impulsora del emprendedurismo, identificándola, como las

acciones que generan una serie de consecuencias sociales, políticas, económicas y culturales (Vorley, 2010).

A partir de la década de 1960, se han intensificado los estudios, con el objetivo de identificar las características y motivaciones de los emprendedores. El pionero fue McClelland (1972) que creía que el éxito del emprendedor no estaba relacionado solamente a su capacidad de gestión, pues los emprendedores poseen un impulso diferenciado para alcanzar sus objetivos, caracterizado por tres tipos distintos de motivación: la realización, que es el deseo de mejorar la forma de hacer; el poder, que es el deseo de ejercer influencia; y la afiliación, que es el deseo de pertenecer a un grupo. A partir de las investigaciones de McClelland (1965; 1972), se crearon programas que proyectaron el desarrollo del comportamiento emprendedor en distintos países del mundo. En el que se identifican tres elementos clave en la motivación del individuo emprendedor: la necesidad de realización, la necesidad de poder y, finalmente, la necesidad de afiliación. Detallamos, a continuación, cada uno de estos elementos iniciadores de la motivación:

- Necesidad de realización: funciona como un estímulo para que el individuo ponga a prueba sus límites a la hora de realizar un buen trabajo, de iniciar un emprendimiento. En este sentido, el estudio de McClelland afirma que la necesidad de realización es la primera necesidad identificada entre los emprendedores con historial de éxito, siendo un elemento de gran impacto para las personas a la hora de iniciar un emprendimiento.
- Necesidad de afiliación: es detectada cuando existen evidencias sobre la preocupación del emprendedor en establecer, mantener o restablecer relaciones emocionales con otras personas.
- Necesidad de poder: este tipo de necesidad está generalmente caracterizada por la preocupación del individuo en ejercer poder sobre otras personas.

2.3.2. Punto de partida de la Capacidad Empresarial

Los estudios realizados sobre la figura del emprendedor y la función empresarial se remontan a los siglos XVIII y XIX (Camisón 1999). En inglés se utiliza el vocablo francés

«entrepreneur» para denominar a los nuevos empresarios, a los emprendedores o a las personas que se establecen por cuenta propia; sin embargo, en los últimos años, también implica un concepto que abarca todo un estilo de comportamiento en el ambiente empresarial y social (Pinchot 1994).

El uso más antiguo de la voz entrepreneur se registra en la historia militar francesa en el siglo XVII. Hacía referencia a personas que se comprometían a conducir expediciones militares. Se atribuye a un irlandés del siglo XVIII, Richard Cantillon, que vivía en Francia en esa época, el primer uso del término entrepreneur en el contexto empresarial para referirse a alguien que compra bienes y servicios a ciertos precios con vistas a venderlos a precios inciertos en el futuro, en otras palabras, corriendo con un riesgo no asegurado.

Esta definición pareció satisfacer a las personas hasta que aproximadamente una década después, Jean Baptiste Say (1767-1832) describió, en el año 1831, la función del "entrepreneur" en términos más amplios poniendo el acento en “reunir los factores de producción con la conducción administrativa y con los riesgos asociados con la empresa” (Carreon, 1999).

Si bien Say y Cantillon generaron algún interés casual en los "entrepreneurs" y su función en la sociedad, fue a comienzos del siglo XX cuando Joseph Schumpeter, inspirado en las primeras obras de Max Weber (1904), les atribuyó la función de actores centrales en el proceso de cambio, que todos tomaron nota. Argumentaba que una función muy importante de este emprendedor era la innovación (Carney, 1995).

En la obra de Weber el nuevo empresario es representado como un individuo con energía e impulso en contraste con el telón de fondo de la economía tradicional. Como un “héroe”, el nuevo empresario pone en marcha los procesos revolucionarios asociados con el cambio. Para Weber el principal factor motivador de quien se establecía por cuenta propia era la creencia religiosa o el trabajo ético protestante que establecía normas sociales que ponían freno a la extravagancia, el consumo ostentoso y la indolencia. El resultado era una mayor productividad, un aumento del ahorro y la inversión, todos factores vitales para el crecimiento económico (Filion, 1997). Schumpeter, por su parte, sostenía que eran los nuevos empresarios quienes usaban el protestantismo para legitimar lo que ya estaban

haciendo. Atribuía la motivación del empresario a la necesidad de "fundar un reino privado. La voluntad de conquistar, el impulso de luchar, probar que uno es superior a los otros, triunfar por el hecho mismo de lograrlo, y no por los frutos del éxito en sí. Al final está la alegría de crear, de hacer las cosas o de simplemente ejercitar la energía e ingenuidad que uno tiene"(Schumpeter 1934).

Mientras que para Weber el empresario era el producto de la sociedad, para Schumpeter estos individuos aparecían al azar en cualquier población étnicamente homogénea y tenían un don de intuición especial para ver las cosas de una manera que luego demostraba ser la correcta, poseían la energía y la fuerza de voluntad para superar las normas tradicionales y soportar la oposición social. Consideramos a estas dos teorías como elementales, pues aún hoy en día se hace constante referencia a ellas en la mayoría de los materiales relacionados con la función del empresario.

2.3.3. Criterio de definición de la capacidad emprendedora

En el contexto de un mundo concebido, en el pasado, como un sistema de relaciones lineales y causales entre recursos disponibles y oportunidades, donde predominaba la idea de un mundo previsible, geométrico, en armónico equilibrio, determinado por un cuerpo de procedimientos preestablecidos, el concepto de capacidad emprendedora se fue convirtiendo desde lo meramente instrumental (el hacer) hacia un concepto más complejo donde se vincula a la producción y la renta: 1) la incertidumbre y el riesgo, 2) la innovación y 3) la actitud y el comportamiento. Es por ello que, nuestro nuevo concepto de emprendedor será concebido teniendo en cuenta todas y cada una de estas aportaciones, haciendo especial mención a la situación contextual en la que éste interactúa y que está caracterizada por el cambio constante y continuo.

El campo del conocimiento generado por el entrelazado de investigaciones de las ciencias del comportamiento con las disciplinas de la economía se tradujo en una excepcional diversidad conceptual pero que, pese a su magnitud, no han sido suficientemente expresivas de un concepto capaz de identificar claramente el fenómeno del comportamiento emprendedor.

Según el marco conceptual de capacidad emprendedora propuesto por (Edelman, Manolova, y Brush, 2008; Nabi, Liñan, Fayolle, Krueger, y Walmsley, 2017; Rodriguez y Serrano, 2015) consideran que la capacidad emprendedora se utiliza junto con diferentes capacidades y habilidades aludiendo al acto de realizar un proyecto o negocio es conocer y poder llevar a cabo la creación de un nuevo emprendimiento, enfrentando la incertidumbre y asumir los riesgos inherentes a dicha actividad (González-Serrano et al. 2017, Bacigalupo et al. 2016).

2.3.4. Criterio economicista de la capacidad emprendedora

Para los economistas el emprendedor era un sujeto que buscaba nichos de mercado donde desarrollar inversiones lucrativas asumiendo ciertos riesgos. Debiera acreditarse a Schumpeter la consolidación del concepto emprendedor en la disciplinas de la economía (Filion 1998), dado que él asoció muy claramente al comportamiento emprendedor con la innovación, un sujeto capaz de crear cosas nuevas o diferentes e impulsar de esa manera el progreso socioeconómico.

Pero el "emprendedor" descrito por Schumpeter tiene poco que ver con los emprendedores que se estudian actualmente considerando que no sólo es emprendedor quien inicia una nueva empresa, sino que también surgen, en las organizaciones modernas, actores que llamaremos "intra emprendedor" (Filion, 1998), concibiendo que existe una clara diferencia entre "emprendedor organizador" y "emprendedor innovador" (Baumol 1993).

En general, para la corriente de pensamiento economicista el concepto "emprendedor" está íntimamente vinculado a una función. Variadas visiones de la economía procuraron teorizar en torno del fenómeno, pero todavía no existe ninguna teoría económica sobre el emprendedor que reúna consenso, ni un modelo económico que explique el desarrollo a partir de la función emprendedora puesto que se trata de algo de muy difícil cuantificación (Filion, 1998).

2.3.5. Criterios conductistas

En la década de los 70, hasta mediados de los 80, fueron los investigadores de la psicología conductista quienes dominaron en el campo del conocimiento sobre el comportamiento emprendedor. Según Filion (1991), esta hegemonía que coincidía con el progreso de las ciencias del comportamiento resultaba en gran parte inspirada por las investigaciones del psicólogo David McClelland de la Universidad de Harvard.

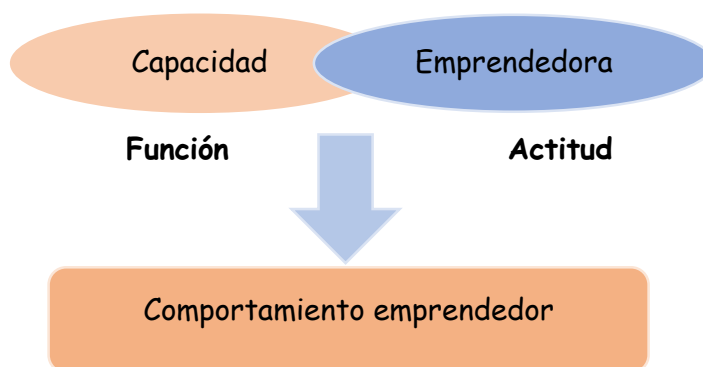
Procurando comprender el declive relativo de los americanos con relación a los soviéticos en la década de los años 50, McClelland (1976) analizó los factores que explican el apogeo y declive de las civilizaciones.

2.3.6. Influencia de la capacidad emprendedora al comportamiento emprendedor

A pesar de todas estas cuestiones planteadas, la concepción de capacidad emprendedora hace referencia a la posibilidad que el sujeto emprendedor tiene para gestionar una serie de recursos (tanto propios como ajenos) y enfrentarse a determinadas situaciones con resultados favorables. Esto puede manifestarse en determinados comportamientos.

A través de la integración de una “función” (hecho pasado) con una “actitud” (predisposición hacia el futuro), se pueden orientar estos comportamientos hacia manifestaciones que pueden tener una repercusión importante en el entorno del individuo. Ello lo consideramos como “comportamientos emprendedores”.

Figura 1: De la capacidad al comportamiento emprendedor



Fuente: Orti *et al.*

2.3.7. Factores que inciden sobre las capacidades emprendedoras

Shumpeter (1934), identifica al emprendedor como aquella persona capaz de combinar los factores de producción existente y obtener mejores resultados, debido a que la innovación se genera a partir de la capacidad para emprender. Mavila, Tinoco y Campos (2009), manifestaron que el emprendedor es “aquel individuo que busca o ve una oportunidad y quiere o trata de convertirla en negocio, o simplemente busca nuevas formas para mejorar su vida y en algunos casos la de los demás, pero que no necesariamente es empresario (p. 32).

Toda persona puede ser emprendedora, pues significa ser más que un empresario, bajo este enfoque, Krauss (2005), manifiesta que el estudio del emprendedor se puede analizar bajo 3 perspectivas:

- a. La primera bajo una perspectiva psicológica, en el cual se presentan 3 teorías (Cross y Travaglione 2003). La primera teoría relacionada con la motivación (McClelland, 1961), la segunda en relación a la personalidad o del rasgo (Busenitz 1999) , y la tercera denominada teoría cognitiva (Neck et.al. 1999).
- b. La segunda, bajo una perspectiva demográfica, el cual se asocia a los antecedentes familiares, o sea si existen familiares emprendedores, edad, nivel de educación, experiencia, estado civil, status económico, entre otros, aquellas variables que condicionan la capacidad emprendedora (Cano, García, y Gea, 2003).
- c. La tercera perspectiva es la actitudinal, debido a que la actitud es la predisposición a emprender y es el componente principal del perfil emprendedor, la cual se la puede modificar por el pasar del tiempo o por la interacción con el entorno (Robinson et al. 1991).

2.4. Enfoques teóricos de investigación del emprendedor

2.4.1. Teoría de los rasgos de personalidad

Parte del supuesto que los emprendedores poseen valores en la personalidad que difieren de los no-emprendedores. A pesar de ser un clásico en emprendimiento, ha tenido debates sobre su utilidad a través del tiempo. Cromie (2000) y Hisrich (2000), por ejemplo, han encontrado que la personalidad no diferencia de manera fiable entre los que emprenden y no emprenden, además de mostrar un porcentaje pequeño en varianza para éxito. No obstante, un estudio por Sánchez y Yurrebaso (2005) encontró que las características personales si funcionan como variables predictoras de intención emprendedora, además de explicar gran parte de su varianza. En particular, autoeficacia y locus de control interno impactan significativamente en la intención emprendedora de estudiantes (Sesen 2013).

2.4.2. Teoría de la Acción Razonada

Considera que la acción en las personas es, en su gran parte, fundamentada en estados racionales, utilizando la información disponible de forma sistémica para hacer un juicio valorativo sobre sus implicaciones. En esencia, conceptualiza la intención como un precursor a la acción, aunque no pretende establecer que intención siempre lleva acción; no tienen una correspondencia perfecta (Plá 2010). El grado de intención depende, según la teoría, de la actitud (como la persona valora la acción), y la norma subjetiva (como la percibe según la valoración de otros significantes).

2.4.3. Teoría de comportamiento planificado

Para (Krueger 1993) la intención emprendedora está ligada al comportamiento de perseguir algo, en consecuencia, es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de una organización. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. La investigación en este campo afirma que las intenciones son un predictor fundamental del comportamiento planeado (Baggozi *et al.*, 1989; Kolvereid, 1996; Liñan, 2004). Por consiguiente, la intención emprendedora es un

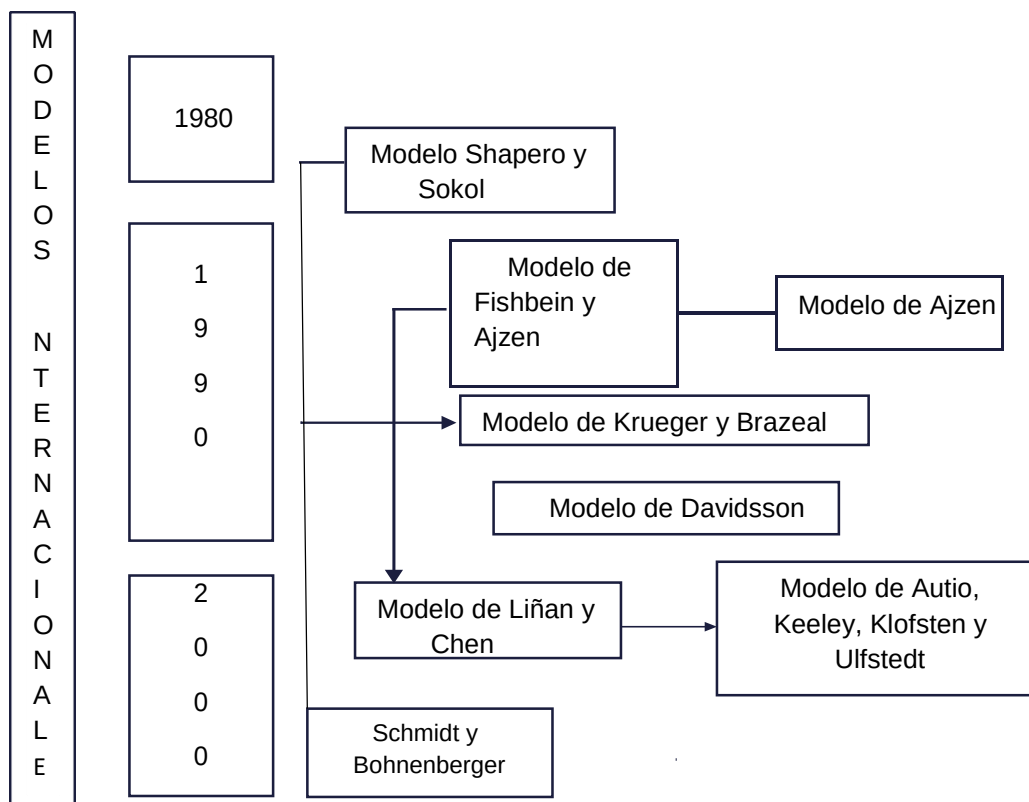
fenómeno importante de estudio. En primer lugar y desde la mirada individual, con el fin de convertirse en fundadores de empresa, las personas deben convertirse primero en individuos emprendedores.

Esta teoría propuesta por Ajzen (1991), revisa la Teoría de Acción Razonada, manteniendo la actitud y norma subjetiva como elementos imprescindibles para la acción emprendedora, pero agregando control percibido, formando una teoría más completa, cual corrige las limitaciones de la falta de control. De esta forma, la intención de emprender es entendida como una proyección personal de acciones y metas futuras a ser implementadas para desarrollar el propio negocio (Ajzen, 1991; Fini et al., 2009), como un estado consciente de la mente que precede a la acción y que la direcciona al objetivo de crear un negocio (Shook et al., 2003). Para Tubbs y Ekeberg (1991), la intención está ligada a algo que se desea alcanzar, y este concepto puede ser complementado por Krueger et al. (2000), que presentan la intención como alguna cosa que anticipa el comportamiento. Ajzen (1991) expande este concepto como un indicio de la disposición de un sujeto a realizar un comportamiento. La literatura también sugiere la existencia de una multiplicidad de combinaciones de rasgos de personalidad que trazan la capacidad de un emprendedor (Low y Macmilan, 1988; Bull y Willard, 1993).

De esta manera, la intención emprendedora está fuertemente ligada al deseo y al compromiso del sujeto en abrir una empresa, siendo caracterizada por la acción para alcanzar este objetivo, en que cuanto mayor es la intención, mayores son las probabilidades de su desempeño eficaz (Mueller et al., 2014).

La evolución de los principales modelos que surgieron para entender al individuo a nivel comportamental y económico, en la figura 1.

Figura 2: Evolución de los modelos de intención emprendedora



Fuente: Adaptado de Souza (2015).

De esta manera, comprender la intención de emprender, implica la atención a múltiples enfoques, personales, sociológicos y ambientales (González y López, 2012), esta investigación pretende explorar el fenómeno de múltiples dimensiones (económica, psicológica, sociológica y gerencial) interrelacionadas entre sí.

2.5. Enfoque psicológico

Este enfoque supone un cambio radical frente al enfoque económico, desde el punto de vista metodológico (Veciana, 1999) y tratan de determinar los rasgos psicológicos en un ámbito regional o cultural resulta evidente la existencia que diferencian a los emprendedores de los que no lo son y a los que tienen éxito frente a los que no lo tienen,

no exento de incertidumbre y riesgo y quienes optan por desarrollar su carrera profesional (Veciana, 2007).

Una de las aportaciones más interesantes de la perspectiva sociológica es el énfasis que se pone en la subjetividad hacia el espíritu emprendedor, gran parte de los modelos propuestos enfatizan la importancia de cómo las personas perciben la autoeficacia y la decisión de ser un emprendedor (Ajzen, 1991; Shapero & Sokol, 1982; Veciana, 1999). Según Wennekens y Thurik (1999), la intención de convertirse en emprendedor depende principalmente del individuo dotado de capacidad para crear nuevas oportunidades económicas, dicha subjetividad depende en gran medida de la cultura y el contexto en el que se encuentra la persona.

Las premisas defendidas por Veciana (1999), se denota cuando el emprendedor tiene perspicacia o capacidad para identificar oportunidades que no han sido descubiertas por otros. Por lo que, otro de los argumentos que los diferencia es el atributo personal (Nueno, 2003), surge de la teoría de (Kirzner 1999), este identifica la capacidad de “*estar alerta*” como la característica principal del empresario, al cual atribuye un papel fundamental en el desarrollo económico.

2.6. Capacidad del Emprendedor

Entre las dimensiones de las capacidades emprendedoras según Mavila *et al.* (2009) se tiene las siguientes:

2.6.1. Capacidad de realización

Esta dimensión está relacionada al impulso que logra desarrollar el emprendedor por enfrentar y vencer retos, seguir adelante y lograr el crecimiento, al esfuerzo para lograr el éxito, alcanzar objetivos y beneficiar a los demás. Dentro de esta dimensión se encuentran los siguientes indicadores: La exploración de oportunidades. Este indicador quiere decir que las personas que han desarrollado capacidades de realización están visualizando la oportunidad de negocio. Esto implica que el estudiante debe de identificar con precisión la oportunidad que le permita desarrollar un negocio.

La necesidad de realización funciona como un estímulo para que el individuo ponga a prueba sus límites a la hora de realizar un buen trabajo y de iniciar un emprendimiento.

Personas con fuerte necesidad de realización, están en constante movimiento, en constante búsqueda de cambios positivos en sus vidas, estableciéndose objetivos atractivos y aceptando situaciones competitivas y estimulantes de su necesidad de cambio. En este sentido, el estudio de McClelland (1961) afirma que la necesidad de realización es la primera necesidad identificada entre los emprendedores con historial de éxito, siendo un elemento de gran impacto para las personas a la hora de iniciar un emprendimiento (McClelland, 1972).

La creación de una nueva empresa es considerada la herramienta utilizada por el emprendedor para satisfacer sus necesidades, en consonancia con sus valores, conocimientos y habilidades (Longen, 1997). Para Baron y Katz (2007) los estudios de McClelland (1972) instigaron toda una generación de investigadores del espíritu emprendedor.

Es importante evidenciar que la relación entre intención y necesidad de realización viene despertando creciente interés en los investigadores. Como ejemplo, en la investigación de Watchravesringkan et al. (2013), en que fueron evaluados 343 estudiantes de 3 universidades americanas, la autorealización influenció la actitud emprendedora más que la red social del estudiante, observando que, aunque el esfuerzo individual para autorrealizarse sea relevante en el inicio del negocio para el estudiante, las redes sociales serán necesarias en la manutención de su negocio, junto a la autorrealización.

2.6.2. Capacidad de planificación

Está orientada a pensar antes de actuar, analizar el entorno identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse de manera que se aproveche las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno, entre las características de esta capacidad se explica el establecimiento de metas, la búsqueda de información, y la planificación sistemática y el control.

2.6.3. Capacidad de relacionarse socialmente

Es la tercera actitud y se enfoca en la aptitud de generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocio. La persona capaz de establecer vínculos con personas las instituciones que aporten a su progreso. Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva y asertiva, entre las características encontramos persuasión y elaboración de redes de apoyo, autoconfianza.

El procedimiento de un emprendimiento generalmente es caracterizado como secuencial. En el cual las transiciones pueden ser descritas como desafíos o tareas gerenciales específicas y, para afrontar esos desafíos, los emprendedores generalmente recurren a consejos de sus contactos (Greene et al., 1999). En este sentido, el emprendedor es, especialmente, un sujeto relacional, y que la acción está asociada con la interacción entre muchos individuos y organizaciones.

Filion (1991;1993) asegura que el sistema de relaciones es el principal componente de soporte para la evolución de una visión de negocio, y la instauración de relaciones interfiere directamente en la calidad de la visión de negocio del emprendedor, contribuyendo a acciones con asertividad más elevada.

Dando soporte a la afirmación anterior, Greene et al. (1999) demuestran que la habilidad del emprendedor en incitar redes de contactos generalmente es facilitada por sus características personales, siendo las principales: experiencia en el sector, reputación, habilidad para las ventas y conocimiento del mercado.

Para Kristiansen y Indarti (2004), los emprendedores están inmersos en redes relacionales, en la búsqueda de cooperadores y aliados estratégicos para sus negocios, pues las redes favorecen la creación y el éxito de nuevos emprendimientos. En este sentido, Filion (1993) llamó a este proceso “sistema de relaciones”, el cual favorece la ampliación y realización de la visión emprendedora, abarcando la interacción con personas, contribuyendo para captar recursos financieros, apoyo técnico, dando inicio a un nuevo proyecto de negocio. Además, estos contactos ofrecen

también consejos, informaciones, y soporte social y emocional para el acto de emprender (Vasconcelos et al., 2007).

En muchos trabajos disponibles en la literatura, las conclusiones tienden a sugerir que las relaciones influyen en la intención de emprender y evidencian, cada vez más, que los emprendedores no actúan aisladamente. Machado y Nassif (2014) afirman que la acción del emprendedor se fortalece a partir de las relaciones institucionalizadas bajo la marca de la confianza y de la adaptabilidad. De esta forma, la capacidad para relacionarse se presenta como una característica esencial para la acción emprendedora, principalmente frente al escenario en que se configuran los negocios contemporáneos. La naturaleza colectiva del emprendedor supone que la competencia relacional constituye una pericia esencial para la articulación de redes potencialmente formadora del capital e éxito.

2.6.4. Capacidad de innovación

Uno de los atributos más significativos en un empresario es su capacidad de innovar (Drucker, 1998). La capacidad de innovación del emprendedor puede definirse como la habilidad para desarrollar nuevos productos y nuevas formas organizacionales que dan como resultado la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado. López y Souza (2005) destacan la creatividad e innovación como dos características del potencial emprendedor (Rasheed, 2000). En esta misma dirección, Drucker (1993) pondera que el espíritu emprendedor está fuertemente relacionado con innovación, a través de la cual explotan las “alteraciones” como una oportunidad para un negocio o un servicio diferente.

Existe evidencias empíricas de que la innovación puede influenciar en la intención de realizar carrera emprendedora y en las actitudes de emprender y, consecuentemente, en la creación de nuevos negocios (Drucker, 1993; Lopes y Souza, 2005). En este sentido, Morris et al., (2001) demostraron que la innovación ocurre en el desarrollo e implementación de nuevas ideas de los emprendedores. Stevenson y Jarillo (1990) establecen que la innovación refleja la tendencia de una empresa a involucrarse y apoyar nuevas ideas, singularidades, experimentos y procedimientos creativos que dan

lugar a nuevos productos, servicios o procesos tecnológicos y la búsqueda de nuevos mercados.

Otros autores (Covin y Slevin, 1991; Lumpkin y Dess, 1996; Wiklund, 1999), señalan que la innovación es otro componente importante de orientación para los nuevos emprendimientos, ya que refleja un medio por el cual las empresas buscan nuevas oportunidades.

Por su parte, Gartner (1990), afirma que la innovación se da en el acto de construcción de una nueva idea, de la cual puede resultar la creación de un nuevo producto, servicio, tecnología y/o actividad, además de interconectar nuevos procesos y formas de organización.

2.7. La influencia del género en la intención de emprender

Con relación al género, muchos estudios han analizado su influencia sobre el emprendedurismo, pero todavía no se han obtenido resultados definitivos. De acuerdo con el informe publicado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), la edad, como variable de influencia en la creación de empresas es un predictor comúnmente para establecer las causas de sus éxitos al desempeño de la función emprendedora (Castiblanco, 2016).

2.7.1. Antecedentes familiares

Los antecedentes familiares juegan un papel determinante en el aprendizaje a la hora de tomar una decisión de crear una empresa, en ella se desarrollan los componentes efectivos, solidaridad, habilidades, hábitos y actitudes que forman parte de esta concepción, sobre todo en la gestión empresarial (Gibb, 1987). La influencia existente sobre un individuo por parte de los padres y/o personas con cierto grado de proximidad y de afecto, es explicada por mecanismos de la teoría del aprendizaje social (Bandura & Walters, 1977), en muchos casos requieren más apoyo personal que apoyo operacional a nivel empresarial (Noguera, Alvarez, Merigo, & Urbano, 2015).

En América Latina, la evidencia indica que el sistema educativo y la familia no son los contextos más efectivos para motivar y formar emprendedores (Angelelli & Llisterri,

2003), los investigadores aún no han considerado relevante cómo la familia pueden desencadenar eventos que estimulan el reconocimiento de oportunidades empresariales (Aldrich & Cliff, 2003), aunque se reconoce que los familiares contribuyen a la formación de valores importantes, como por ejemplo la capacidad para trabajar duro (Angelelli & Llisterri, 2003).

2.7.2. Nivel Educativo

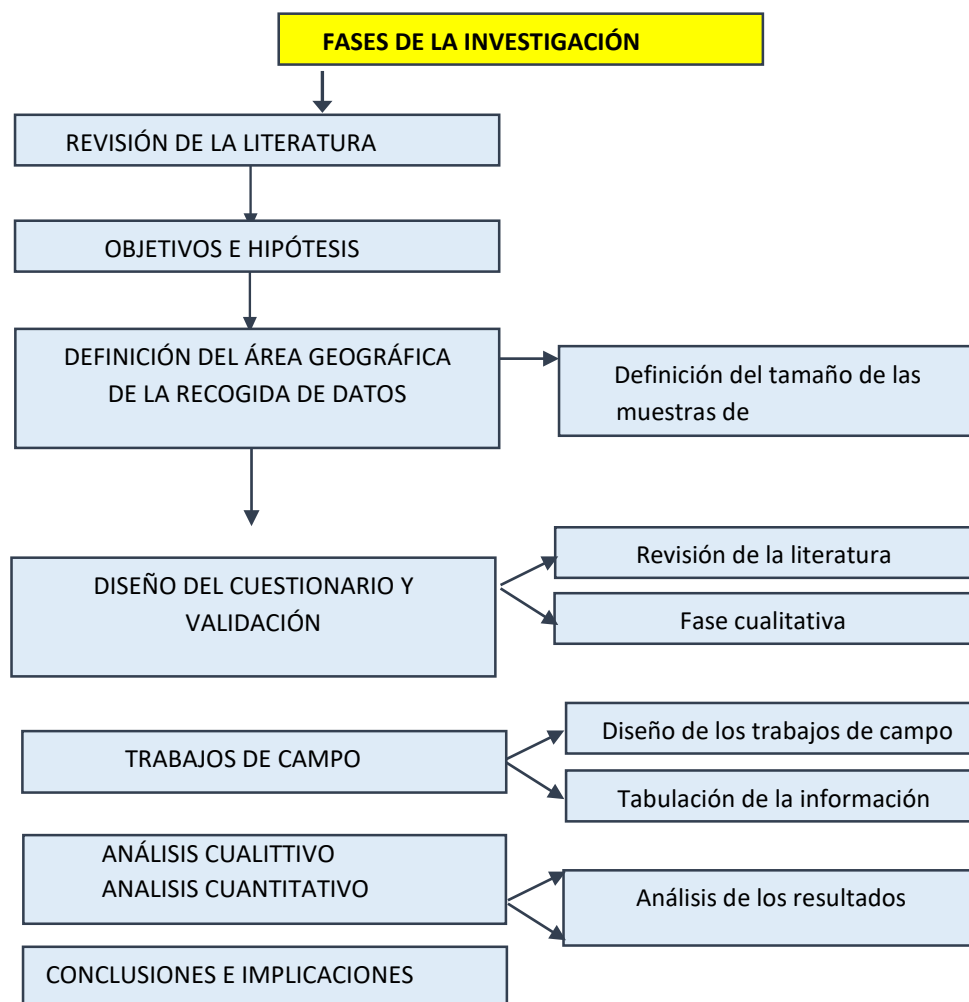
El nivel educativo ha sido considerado en la investigación, como una herramienta válida para enfrentarse en mejores condiciones de mercados competitivos, dada su naturaleza, requiere necesariamente de ciertas capacidades y habilidades gerenciales (Verheul & Thurik, 2001), implica distinto stock de conocimiento e información (Shane & Venkataraman, 2000), y a su vez, estas diferencias pueden explicar que emprendedores con una mayor formación y experiencia son más propensas a aprovechar sus conocimientos, contactos y capital ahorrado (Bosma, Hessels, Schutjens, Van Praag, & Verheul, 2012).

Capítulo 3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de estudio

A partir de los objetivos, hipótesis y de la fundamentación teórica presentada, se define a continuación la metodología de desarrollo y la realización de la investigación, teniendo en cuenta su método, universo, muestra, los instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis estadístico. En la Figura 1 mostramos el esquema de las fases de la investigación.

Figura 3: Esquema de las fases de la investigación

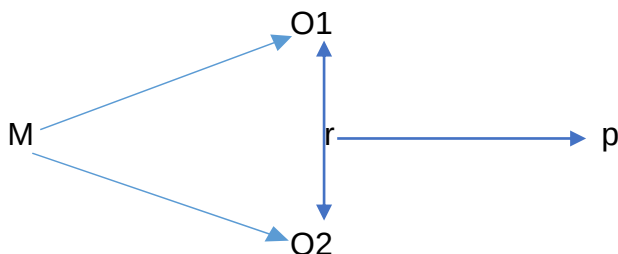


Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Diseño de investigación

En el caso de esta investigación, se empleó el enfoque cuantitativo, además, el diseño fue no experimental, de corte transversal, descriptivo en un primer momento, porque especificó propiedades y características de las variables de estudio. Finalmente, fue de tipo correlacional.

Los resultados de investigación con diseño correlacional facilitaron la medición del grado en que ambas variables se encuentran relacionadas, lo que quiere decir que en el proceso de investigación el tratamiento no fue experimental y la obtención de información se hizo basada en un momento determinado, variando los niveles según los análisis descriptivos y correlacionales. El diagrama del diseño investigativo se muestra a continuación



Dónde:

M= Muestra de estudio

O1= Estudio de la variable intención emprendedora.

O2= Estudio de la variable capacidad emprendedora.

r= Relación existente entre las variables

p= Propuesta

3.1.3. Área de estudio

La investigación se realizó en treinta y una carreras de licenciatura que ofrece la UNAN-LEÓN, detallando de la siguiente manera;

Nombre de cada facultad	# de carreras
Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinarias	3
Facultad de Ciencias Económicas	5
Facultad de Ciencias Jurídicas	1
Facultad de Ciencias Médicas	4
Facultad de Ciencias Químicas	2
Facultad de Ciencias y Tecnología	7
Facultad de Ciencias Odontológicas	1
Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades	8
Total de carreras	31

Fuente: Elaboración propia

3.1.4. Sujeto de estudio

El estudio fue aplicado a los estudiantes del último año de la Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinarias, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Ciencias Jurídicas, Facultad de Ciencias Médicas, Facultad de Ciencias Químicas, Facultad de Ciencias y Tecnología, Facultad de Ciencias Odontológicas y Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades.

3.1.5. Población

Para el estudio se tomó en cuenta como población o universo a todas las carreras del último año, totalizando así 2,330 estudiantes.

3.1.6. Muestra o Unidad de Análisis

Para seleccionar la muestra de estudio se realizó el cálculo a través de la fórmula de Fisher y Navarro aplicada a la población de 2330 estudiantes, según base de dato de la Vicerrectoría académica, cuyo cálculo da como resultado 329 estudiantes.

Fórmula de Fisher y Navarro:
$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{[e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q]}$$

Dónde:

N	Población	→	2330
Z	Nivel de confianza	→	95%
E	Límite de error	→	5%
P	Probabilidad de éxito	→	50%
q	Probabilidad de fracaso	→	50%

Cálculo de la Muestra Total:

$$\frac{2330 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{[(0.05)^2 * (2330 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5]} = 329$$

3.1.7. Muestreo

El tipo de muestreo aplicado para la selección de los estudiantes a encuestar es probabilístico estratificado con asignación proporcional, probabilístico porque se seleccionan al azar desde la base de datos con el fin de obtener representación significativa de toda el área de estudio.

Realizando muestreo estratificado:

Esto es:

$$fh = \frac{n}{N} = Ksh$$

Donde **fh** es la fracción del estrato, **n** el tamaño de la muestra, **N** el tamaño de la población, **sh** es la desviación estándar de cada elemento en el estrato **h** y **K** es una proporción constante que nos dará una q óptima para cada estrato.

Tabla 1: Cálculo de muestra de estudio según estrato

Carrera por facultad	5 año	Fh	Estrato
Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinaria			
Ingeniería Acuicola	81	0.1361	11
Ingeniería Agroecología	81	0.1361	13
Veterinaria	77	0.1361	10
Total de estudiantes por carrera	239		34
Facultad de Ciencias Económicas			
Admón. de Empresas (Diurno)	97	0.1361	13
Contaduría Pública y Finanzas (Diurno)	119	0.1361	16
Economía (Diurno)	49	0.1361	9
Gestión turística (Diurno)	57	0.1361	5
Mercadotecnia (Diurno)	90	0.1361	12
Total de estudiantes por carrera	412		55
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales			
Derecho	104	0.1361	14
Total de estudiantes por carrera	104		14
Ciencias Médicas			
Bioanálisis Clínico	73	0.1361	10
Psicología	73	0.1361	10
Medicina	239	0.1361	33
Enfermería	169	0.1361	22
Total de estudiantes por carrera	554		75
Facultad de Ciencias Químicas			
Farmacia	226	0.1361	29
Ingeniería en los alimentos	91	0.1361	12
Total de estudiantes por carrera	317	-	41
Facultad de Ciencias y Tecnología			
Biología	85	0.1361	12
Ciencias Actuariales	11	0.1361	1
Ingeniería estadística	24	0.1361	3
Ingeniería en telemática	89	0.1361	13
Ingeniería en sistemas	108	0.1361	16
Matemática	40	0.1361	5
Química	56	0.1361	7
Total de estudiantes por carrera	413		57
Facultad de Odontología			
Odontología	162	0.1361	22
Total de estudiantes por carrera	162		22
Facultad de Ciencias de la Educación			

Ciencias naturales (Diurno)	16	0.1361	2
Ciencias Sociales (Diurno)	20	0.1361	3
Comunicación social	47	0.1361	6
Lengua y Literatura (Diurno)	22	0.1361	3
Matemática educativa y computación (Diurno)	6	0.1361	1
Trabajo Social	67	0.1361	9
Educación física	7	0.1361	1
Lengua inglesa	46	0.1361	6
Total de estudiantes por carrera	231		31
Total de estudiantes por carrera	329		

Fuente: Secretaría general de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN- LEON

3.2. Fuentes de información

El estudio incluye dos tipos de fuentes de información que dan las bases para la construcción del marco referencial y los datos procesados en el trabajo, estas son de fuente primaria y fuente secundaria.

3.2.1. Fuentes primarias:

- **Base de datos de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León**, proporcionada por la oficina de Vicerrectoría Académica.
- **Encuesta a estudiantes compuesta** por dos partes, la primera caracteriza al egresado y la segunda parte mide la capacidad emprendedora. Está compuesta con preguntas cerradas que pueden ser administradas o auto administradas, cuya escala Likert es de 5 puntos (Totalmente en desacuerdo a Totalmente de acuerdo), bajo los indicadores propuestos por el instrumento. (Ver anexo)

3.2.2. Fuentes secundarias:

Se identificó y se extrajo información de:

- **Libros** que abordan temas de emprendimiento, consultados en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, UNAN, León.
- **Documentos digitales** sobre actitudes hacia el emprendimiento y aspectos colaterales del mismo.
- **Visitas en sitios web** de páginas oficiales que contienen información relacionada al tema de estudio.

3.3. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica puede variar y su elección está acorde al método de investigación que se utilice. En el caso de esta investigación, se empleó la encuesta como técnica para recopilar los datos. El instrumento utilizado fue el cuestionario, que debió tener un grado óptimo de validez. Tener validez significa que el instrumento mediante sus ítems debe medir la variable que pretende medir, acorde a la base teórica de la misma (Hurtado, 2012).

La confiabilidad del instrumento fue determinada por medio de la aplicación del Alfa de Cronbach, que requirió de la aplicación del cuestionario a una muestra piloto. Un instrumento es confiable si produce resultados coherentes cuando se aplica en diferentes oportunidades. Hernández, et al., (2010) explican que “la confiabilidad de las herramientas de recolección de datos, son efectivas según puedan ser aplicadas de manera práctica y efectiva en el individuo y en el instituto educativo dando resultados efectivos y coherentes”.

3.3.1. Procedimientos

Los datos obtenidos de la muestra se procesaron por medio del programa estadístico IBM SPSS versión 25 (Statistical Package for que Social Sciences), que permitieron elaborar la base de datos; luego se realizó el análisis estadístico, por medio de la estadística descriptiva.

3.3.2. Método de análisis de datos

El análisis descriptivo se efectuó mediante la estadística descriptiva simple, y los resultados obtenidos se presentaron mediante tablas y figuras de frecuencias. El análisis correlacional se realizó mediante la aplicación del Índice de Correlación de Spearman, la cual permitió comprobar si existe o no una correlación significativa entre variables de estudio que no siguen una distribución normal, como este caso. Esta prueba además permitió conocer la intensidad y el sentido de la correlación de las variables en caso de haber correlación significativa.

El coeficiente de correlación planteado por Spearman se expresa a través de la siguiente formula:

$$P = \frac{6\sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

En dónde:

D = diferencia entre estadísticos de la variable 1 (x) y la variable 2 (y); N = número de sujetos del estudio.

La escala para calificar la correlación encontrada se muestra a continuación:

- 1.00 Correlación negativa perfecta.
- 0.90 a - 0.99 Correlación negativa muy fuerte.
- 0.70 a - 0.89 Correlación negativa fuerte.
- 0.40 a - 0.69 Correlación negativa media o moderada.
- 0.20 a - 0.39 Correlación negativa débil.
- 0.01 a - 0.19 Correlación negativa muy débil.
- 0.00 No hay correlación.
- +0.01 a +0.19 Correlación positiva muy débil.
- +0.20 a +0.39 Correlación positiva débil.
- +0.40 a +0.69 Correlación positiva media o moderada.
- +0.70 a +0.89 Correlación positiva fuerte.
- +0.90 a +0.99 Correlación positiva muy fuerte.
- +1.00 Correlación positiva perfecta.

Para que la correlación encontrada sea significativa, el valor p debió ser inferior al nivel de significancia elegido ($\alpha = 0.05$).

3.3.3. Aspectos éticos

Los aspectos éticos considerados en esta investigación son las siguientes:

- Se respetaron a los participantes de la investigación, así como sus derechos y peticiones.
- Se mantuvo en el anonimato a los participantes del estudio.
- Se evitó manipular deliberadamente los resultados obtenidos, para mostrar información objetiva y veras, que permitan tomar decisiones acordes a la realidad.
- Se socializaron con las autoridades de la facultad los resultados encontrados en esta investigación y las conclusiones, para los fines previstos.

3.4. Operacionalización de variables

Referente a las variables utilizadas y su operacionalización son las incluidas en el instrumento para la recolección de la información requerida.

Tabla 2: Operacionalización de Variables demográficas de la capacidad emprendedora

Variable	Tipo de Variable	Definición conceptual	Dimensión operacional	Unidad de medida	Técnica de recolección de datos
Edad	Cuantitativa	Porcentaje que indica el periodo de tiempo de vida en el que se encuentran la mayoría de los universitarios.	Representa el rango de edades en los que se encuentran los universitarios		Encuesta
Género	Cualitativa	Porcentaje de empresarios de sexo Femenino, y de sexo Masculino	Caracterización de estudiantes por sexo (masculino y femenino).	1. Femenino 2. Masculino	
Estado civil	Cualitativa	El estado civil es la situación estable o permanente en la que el estudiante se encuentra relación con sus circunstancias personales.	Caracterización de estudiante por estado civil.	1:Soltero 2:Casado 3:Union de hecho estable	
Carrera	Cualitativa	Carrera que cursaba el egresado universitario que le permite tener mayores conocimientos	Indica que carreras son las que se encuentran en la facultad		

Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes primarias de información

Tabla 3 Operacionalización de Variables de capacidad emprendedora

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Índices	Ítems	Escala de medición
Capacidad emprendedora	Es un conjunto de competencias propias del emprendedor que le permiten actuar con constancia, iniciativa, proactividad, para generar cambio en su entorno, aportando ideas y soluciones creativas e innovadoras para beneficiar a la sociedad (Majmud, 2016).	Se trata de las capacidades que los estudiantes universitarios poseen y estas se dividen en capacidades de realización personal, de planificación, y de interacción social, que son indispensables para realizar acciones de emprendimiento, las cuales son evaluadas mediante un cuestionario con escalamiento de Likert y cuyas puntuaciones obtenidas por los alumnos están sujetas a interpretación en niveles: medio, alto y bajo	Capacidad de innovación	Actitud hacia el riesgo	Estoy dispuesto a asumir nuevas responsabilidades	1.1	Ordinal
				Innovación	Tengo ideas nuevas y frescas para mejorar un producto o servicio	1.2	
				Proactividad	Me gusta tomar iniciativa y responsabilidad que las cosas salgan bien	1.3	
				Capacidad de generar y aplicar el conocimiento	Tengo conocimiento del resultado de mis actos	1.4	
					Soy capaz de poner en práctica lo que aprendo	1.5	
					Soy capaz de enseñarle a otros lo que aprendí	1.6	
					Exploro más allá de los conocimientos que adquiero	1.7	
			Capacidad de realización personal	Entusiasmo	Hago frente a todo tipo de contratiempo	2.1	Ordinal
				Empatía	Soy capaz de ponerme en la piel de los demás	2.2	
				Vocación empresarial	Soy capaz de realizar trabajo intenso	2.3	
					Deseo de creación e innovación	2.4	
			Capacidad de planificación estratégica	Planificación	Visualiza anticipadamente los resultados de sus acciones	3.1	Ordinal
				Organización de acciones	Metas o propósitos concretos	3.2	
				Ejecución	Administra racionalmente los recursos	3.3	
				Control	Aplica controles de calidad haciendo bien las cosas	3.4	
					Toma de decisiones	3.5	
					Evalúa y corrige acciones	3.6	
			Capacidad de relación social	Obtención de redes de contactos	Toma decisiones con un nivel de riesgo asociado	4.1	Ordinal
					Promueve el encuentro entre actores sociales	4.2	
				Sensibilidad social	Conecta con los demás, sabe desarrollar intereses	4.3	
					Comprende la situación de un entorno y lo interpreta	4.4	
			Capacidad de confianza en sí mismo	Confianza en sí mismo	Sabe decir lo que quiere decir	4.5	Ordinal
					Comprende la presentación personal el uso del lenguaje verbal y no verbal	4.6	

Fuente: Quispe 2020.

Capítulo 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

La primera parte del cuestionario ofrece información sobre los datos sociodemográficos de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León.

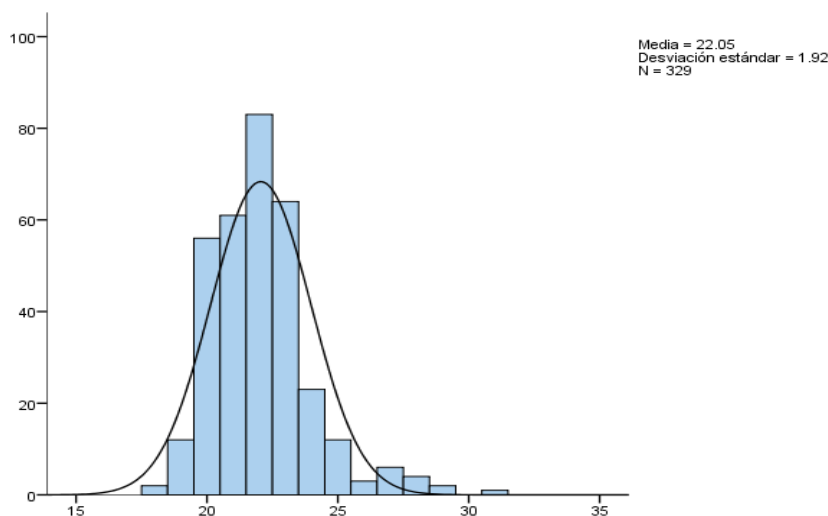
4.1.1. Caracterización de los estudiantes

Para describir las capacidades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, se consideraron como factores demográficos: la edad, estado civil, nivel educativo y si tiene familiares empresarios, cuya evidencia está expresada en el modelo teórico.

4.1.2. Análisis descriptivo de la edad de los estudiantes universitarios

La edad media de los estudiantes universitarios es de 22 años. Como se expone en el gráfico 1, en el histograma se sitúa la edad mínima en 18 años y la máxima 31 años. La mayor proporción de los estudiantes se sitúa entre los 18 y los 22 años (65%), distinguiendo un 31% entre los 23 y 26 años, 4% entre las edades 27-31 años, presentando una desviación estándar de 1.92.

Gráfico 1: Descriptivo de la edad del egresado

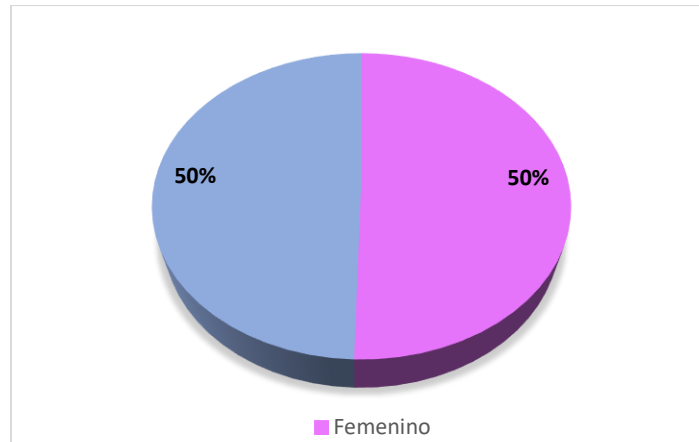


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.3. Análisis descriptivo del género de los estudiantes emprendedores universitarios

El género de los estudiantes universitarios como se indica en el gráfico 2, se analiza nivel general, el 50% representa al género femenino y 50% al género masculino.

Gráfico 2: Descriptivo del género de los estudiantes universitarios

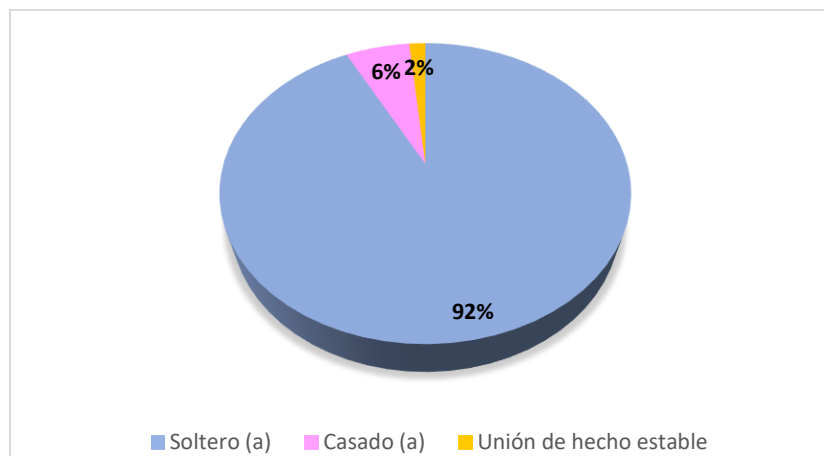


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.4. Análisis descriptivo de la variable estado civil del estudiante universitario

En el gráfico 3, se expone que los estudiantes de universitarios en su mayoría el estado civil es soltero (92%), el 6 % de los estudiantes están casados y el 2% en unión de hecho estable.

Grafico 3. Descriptiva del estado civil de los estudiantes de la universidad



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.5. Análisis del descriptivo de la procedencia y la intención de emprender

En la tabla 4, los estudiantes encuestados son de procedencia urbana (72 %) y su intención es trabajar para el Estado (34.34%), seguido por el sector privado (25.53 %) y en último lugar tiene deseos de emprender (12.15%), una pequeña minoría de estudiantes proviene de zona rural (27.96%), en primera instancia optan por trabajar para el Estado (12.46%) o para el sector privado (11.24%) y una pequeña cantidad quiere emprender (4.25%).

Tabla 4 Contingencia de la procedencia y la intención de emprender

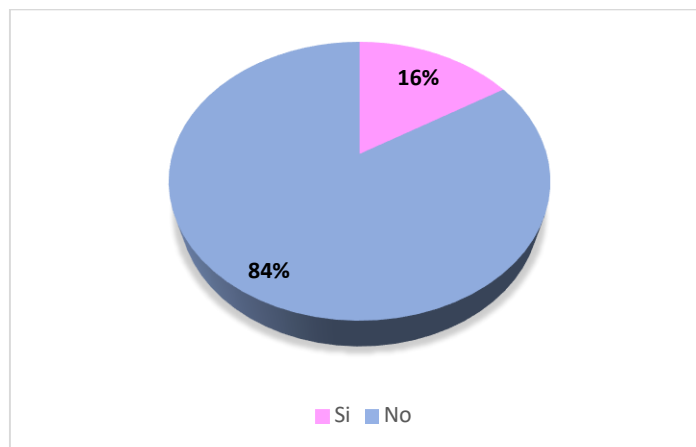
	ESTADO	PRIVADO	EMPRENDER	Total
Rural	41	37	14	92
Urbano	113	84	40	237
Total	154	121	54	329

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.6. Análisis descriptivo de la variable trabaja el estudiante universitario

En el gráfico 4, muestra que el 84% de los estudiantes encuestados no laboran, es decir que en la mayoría de los casos los jóvenes dedican su tiempo al desarrollo de actividades académicas y tan solo el 16% trabaja tanto en el sector formal y en el informal.

Gráfico 3: Trabaja el estudiante universitario

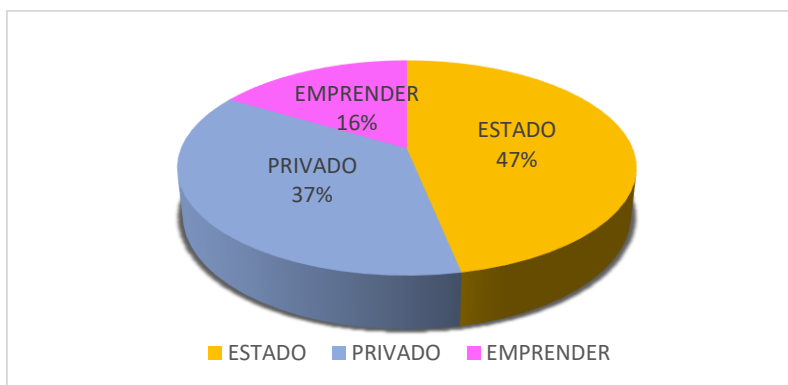


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.7. Análisis descriptivo de la intención emprendedora

En el gráfico 5, muestra que el 47% de los estudiantes tienen la intención de trabajar para el Estado cuando egresen de la universidad, el 37% pretende trabajar en el sector privado y tan solo 16 % piensan emprender en algún proyecto o idea de negocio que presentaron en la universidad o que vienen concibiendo desde antes de entrar a la universidad.

Gráfico 4. Descriptivo de la intención emprendedora

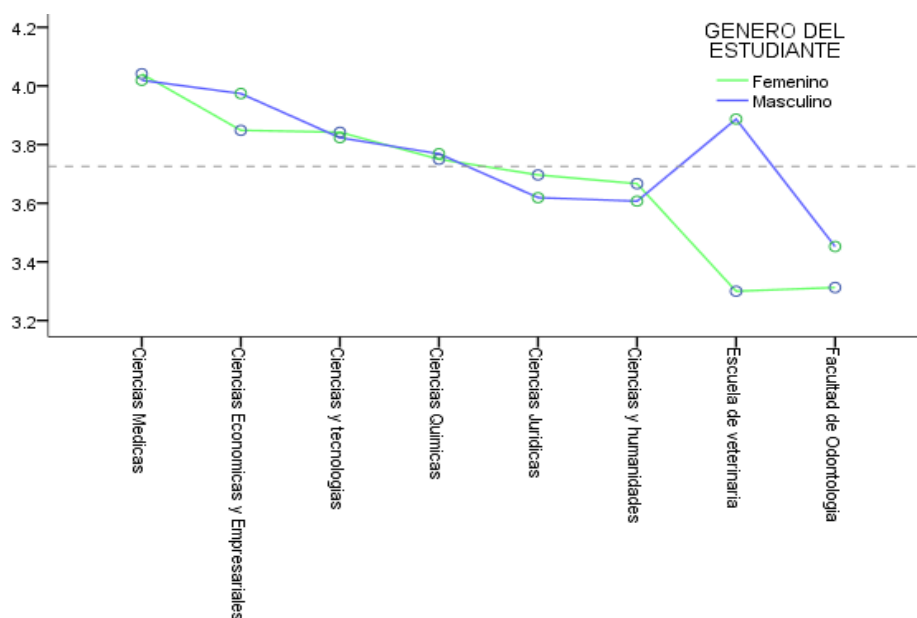


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.8. Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de innovación

Los valores promedios en la capacidad de innovación en las distintas facultades evaluadas se muestran en el gráfico 6, observándose que tanto el género masculino como el femenino tienen un comportamiento similar, destacándose la Facultad de Ciencias Médicas para ambos géneros, seguido de la Facultad de Ciencias Económicas, la Escuela de Ciencia Agrarias y Veterinaria que es aquella que tiene el punto más alto, asociándose al género masculino. Las Facultades de Ciencias y Tecnología, Ciencias Jurídicas, Ciencias y Humanidades y Ciencias Odontológicas están por debajo del promedio de la capacidad de innovación.

Gráfico 5 Medias marginales estimadas para la capacidad de innovación

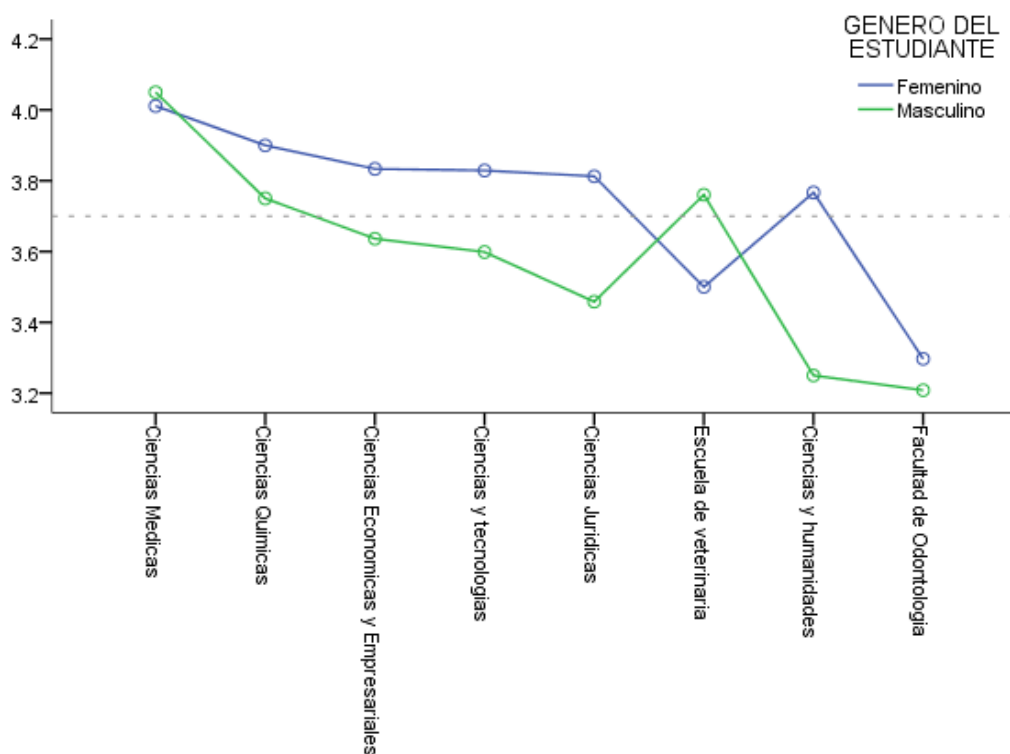


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.9. Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de realización personal

Los valores promedio en la capacidad de realización personal se muestran en el gráfico 7, muestran que la tendencia del género masculino se encuentra por encima del promedio, en las Facultades de Ciencias Médicas, Ciencias Químicas, Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Ciencias y humanidades, sin embargo el género femenino se encuentra por debajo del promedio de esta capacidades en las Facultades de Odontología, Ciencias y Humanidades, Ciencias Jurídicas, Ciencias y Tecnología y Ciencias Económicas, la Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinarias se encuentra por encima del promedio.

Gráfico 6 Medias marginales estimadas para la capacidad de realización personal

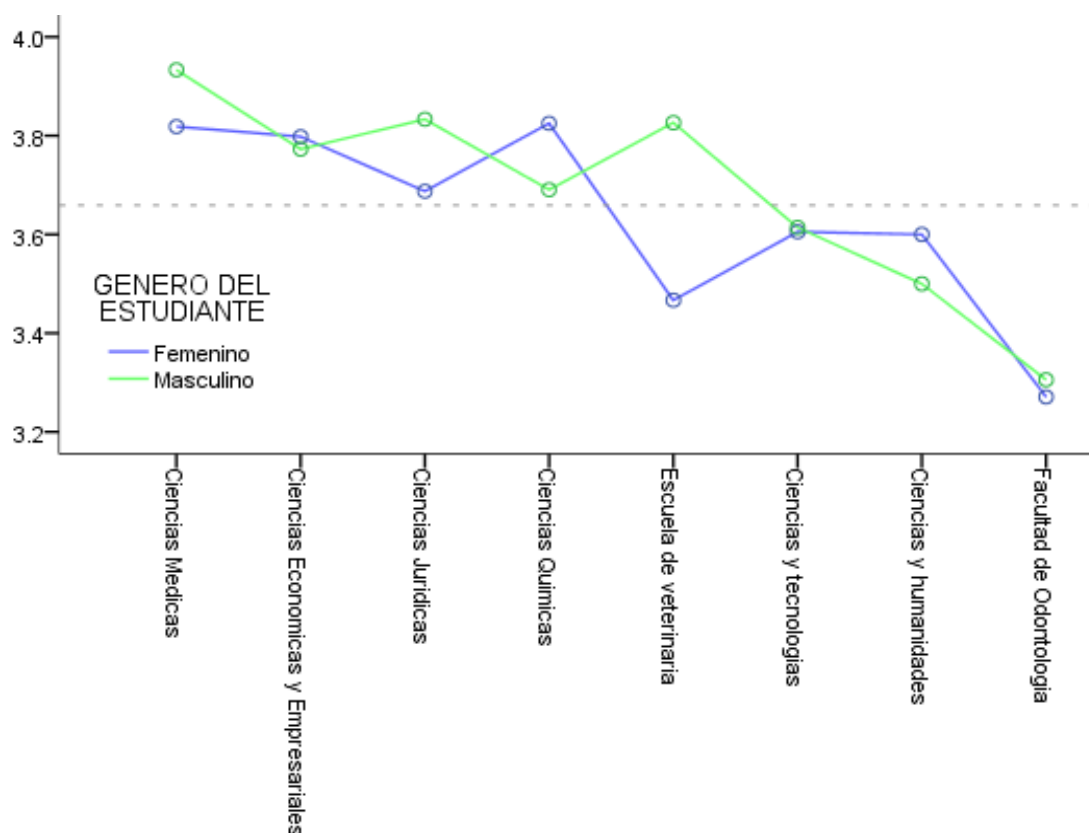


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.10. Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de planificación estratégica

Los valores promedios de la capacidad de planificación estratégica en las distintas facultades muestran en el gráfico 8 una tendencia similar tanto del género masculino como el género femenino, las Facultades de Ciencias Médicas, Ciencias Económicas, Ciencias Jurídicas y Ciencias Químicas se encuentran por encima del el promedio, sin embargo el género masculino en la Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinarias se encuentra sobre el promedio y el género femenino por debajo. La Facultades de Ciencias y Tecnología, Ciencias y Humanidades y Odontología se encuentran por debajo del promedio.

Gráfico 7 Medias marginales estimadas de la capacidad de planificación estratégica

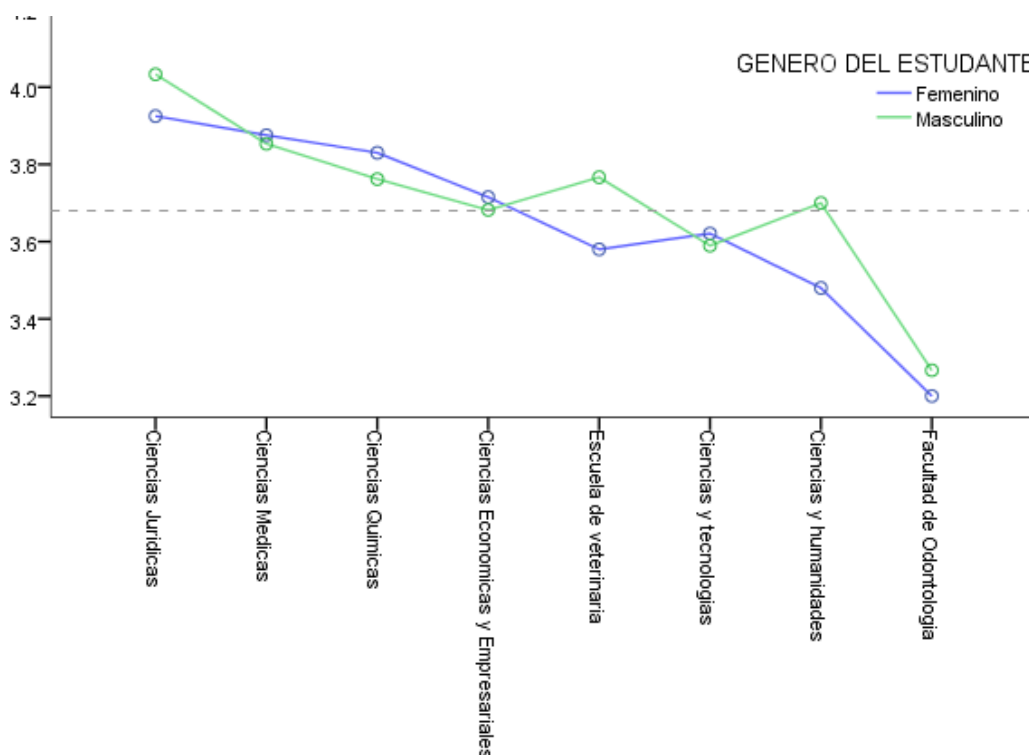


Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.11. Análisis de las medias marginales estimadas de la capacidad de relación social

Los valores promedios de la capacidad de relación social muestra en el gráfico 9, que la tendencia tanto del género masculino y femenino son similares. La Facultad de Ciencias Jurídicas se encuentra por encima del promedio y en el punto más alto, seguido por la Facultad de Ciencias Médicas y la Facultad de Ciencias Químicas, sin embargo la Facultad de Ciencias Económicas se encuentra en el margen y por debajo del promedio la Facultad de Ciencias y Tecnología, Ciencias y Humanidades y Odontología, siendo esta última el punto más bajo.

Gráfico 8 Medias marginales estimadas de la capacidad de relación social



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.12. Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras por facultad

Para conocer la distribución de los datos se aplicó Análisis Factorial conjunto de 4 variables, a nivel general, con las 4 variables, el test de confiabilidad determinó una alta confiabilidad de los datos, con un índice Alfa de Cronbach para la dimensión capacidad de innovación 0.81, capacidad de realización personal 0.75, capacidad de planificación 0.831 y capacidad de relacionarse con los demás de 0.818, muy superior al límite inferior de comúnmente aceptado. Asimismo, el análisis factorial logró un alto nivel de ajuste, un índice KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) de 0.829, “muy bueno”. Se identificó una estructura adyacente de 4 dimensiones estadísticamente significativa, con una validez aceptable de 76.768% de varianza explicada, superior al límite inferior de 55% comúnmente aceptado. El análisis factorial de cada dimensión también permitió comprobar la confiabilidad y validez de cada una de las dimensiones.

F1: Capacidad de innovación

F2: Capacidad de realización personal

F3: Capacidad de la planificación

F4: Capacidades de relacionarse con los demás

Pr: Vector Prioridad.

n: Valor máximo de la Escala Likert (5).

$$ICE = \frac{F_1 * P_{r1} + F_2 + F_3 * P_{r3} + F_4 + P_{r4}}{N} * 100\%$$

Para medir el nivel de asociación se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados de la tabla 5, muestran que existe una relación positiva moderada, la matriz de correlación con $(P < .05)$, en este sentido la capacidad de innovación tiene una relación positiva media con la capacidad de realización personal 0.665, con la capacidad de planificación estratégica la relación la es positiva media 0.725 y con la capacidad de relación social la relación es una relación media 0.663, sin embargo al asociar la variable de intención su significancia es baja, puesto que las intenciones son un predictor fundamental del comportamiento y de la concepción de capacidad emprendedora, que hace referencia a la posibilidad que el sujeto tiene para alcanzar la acción de emprender.

Tabla 5 Correlación de capacidades emprendedoras por facultad

Correlaciones			D1	D2	D3	D4
Rho de Spearman						
Ciencias Económicas y Empresariales	D1	Coefficiente de correlación	1	.665**	.725**	.663**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	D2	Coefficiente de correlación	.665**	1	.655**	.545**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Coefficiente de correlación	.725**	.655**	1	.693**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	D4	Coefficiente de correlación	.663**	.545**	.693**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
Ciencias y Tecnologías	D1	Coefficiente de correlación	1	.457**	.616**	.235
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.079
	D2	Coefficiente de correlación	.457**	1	.570**	.470**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Coefficiente de correlación	.616**	.570**	1	.332*
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.012
	D4	Coefficiente de correlación	.235	.470**	.332*	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
Ciencias Jurídicas	D1	Coefficiente de correlación	1	.514	.709**	.412
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	D2	Coefficiente de correlación	.514	1	.678**	.762**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Coefficiente de correlación	.709**	.678**	1	.518
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	D4	Coefficiente de correlación	.412	.762**	.518	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
Ciencias Medicas	D1	Coefficiente de correlación	1	.632**	.521**	.554**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000

Facultad de Odontología	D2	Coeficiente de correlación	.632**	1	.570**	.642**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Coeficiente de correlación	.521**	.570**	1	.641**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	D4	Coeficiente de correlación	.554**	.642**	.641**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
	D1	Coeficiente de correlación	1	.588**	.771**	.694**
		Sig. (bilateral)		.004	.000	.000
	D2	Coeficiente de correlación	.588**	1	.786**	.775**
		Sig. (bilateral)	.004		.000	.000
	D3	Coeficiente de correlación	.771**	.786**	1	.901**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
Ciencias de la Educación y Humanidades	D4	Coeficiente de correlación	.694**	.775**	.901**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
	D1	Coeficiente de correlación	1	.446*	.510**	.422*
		Sig. (bilateral)		.012	.003	.018
	D2	Coeficiente de correlación	.446*	1	.372*	.252
		Sig. (bilateral)	.012		.039	.071
	D3	Coeficiente de correlación	.510**	.372*	1	.648**
		Sig. (bilateral)	.003	.039		.000
	D4	Coeficiente de correlación	.422*	.252	.648**	1
		Sig. (bilateral)	.018	.071	.000	
Ciencias Químicas	D1	Coeficiente de correlación	1	.723**	.723**	.651**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	D2	Coeficiente de correlación	.723**	1	.756**	.710**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Coeficiente de correlación	.723**	.756**	1	.834**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	D4	Coeficiente de correlación	.651**	.710**	.834**	1
		Sig. (bilateral)				

Escuela de Ciencias Agrarias y Veterinaria	D1	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
		Coefficiente de correlación	1	.823**	.733**	.762**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	D2	Coefficiente de correlación	.823**	1	.651**	.714**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
		Coefficiente de correlación	.733**	.651**	1	.674**
	D3	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
		Coefficiente de correlación	.762**	.714**	.674**	1
		Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
	D4	Coefficiente de correlación				
		Sig. (bilateral)				
		Coefficiente de correlación				

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.13. Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras por Ciencia

La relación entre las dimensiones de la capacidad emprendedora por ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, muestra que las correlaciones son estadísticamente significativas ($p < .05$), tal y como se puede observar en la tabla 6, para ciencias de la educación y humanidades la capacidad de innovación en relación a la capacidad de realización social es baja (Pearson 0.452), la capacidad de innovación con la capacidad de planificación estratégica la asociación es media (Pearson 0.646) y capacidad de innovación con capacidad de relación social es baja (Pearson 0.465), la relación entre la capacidad de realización personal y la de planificación estratégica es baja (Pearson 0.545), la capacidad de realización personal con la capacidad de relación social es muy baja (Pearson 0.377), finalmente la relación entre la capacidad de planificación estratégica y relación social es media (Pearson 0.693).

Ciencias de la Salud muestra que la asociación entre la capacidad de innovación y la capacidad de realización personal es alta (Pearson 0.766), la capacidad de innovación con la capacidad de planeación estratégica es alta (Pearson 0.760), la capacidad de relación social relacionada con la capacidad de innovación es media (Pearson 0.688), la capacidad de realización personal con la capacidad de innovación es alta (Pearson 0.758) y con la capacidad de relación social (Pearson 0.731).

Al relacionar las dimensiones capacidad de innovación y capacidad de realización personal en Ciencias y Tecnología se observa que es alta (Pearson 0.786), capacidad de planeación estratégica con innovación es alta (Pearson 0.738), capacidad de relación social con capacidad de innovación es baja (Pearson 0.494). La relación entre las variables capacidad de realización personal y capacidad de planificación estratégica es alta (Pearson 0.764), con la capacidad de relación social es media (Pearson 0.627).

En Ciencias Económicas muestra que la asociación entre la dimensión capacidad de innovación y capacidad de realización personal media (Pearson 0.694), capacidad de planificación estratégica y capacidad de innovación es alta (Pearson 0.798) y con la dimensión capacidad de relación social media (Pearson 0.668). La dimensión capacidad de realización personal y capacidad de planificación estratégica media (Pearson 0.694), con la capacidad de relación social es baja (Pearson 0.554).

Tabla 6 Correlación de capacidades por ciencias

Correlaciones						
Clasificación de carreras por ciencias			D1	D2	D3	D4
Ciencias de la Educación y Humanidades	D1	Correlación de Pearson	1	.452**	.646**	.465**
		Sig. (bilateral)		.002	.000	.001
	D2	Correlación de Pearson	.452**	1	.545**	.377*
		Sig. (bilateral)	.002		.000	.011
	D3	Correlación de Pearson	.646**	.545**	1	.693**
		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
	D4	Correlación de Pearson	.465**	.377*	.693**	1
		Sig. (bilateral)	.001	.011	.000	
Ciencias de la Salud	D1	Correlación de Pearson	1	.766**	.760**	.688**
		Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
	D2	Correlación de Pearson	.766**	1	.758**	.731**
		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
	D3	Correlación de Pearson	.760**	.758**	1	.784**
		Sig. (bilateral)				

Ciencias y Tecnología	D4	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
		Correlación de Pearson	.688**	.731**	.784**	1
	D1	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
		Correlación de Pearson	1	.786**	.738**	.494**
	D2	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
		Correlación de Pearson	.786**	1	.764**	.627**
	D3	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
		Correlación de Pearson	.738**	.764**	1	.578**
	D4	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
		Correlación de Pearson	.494**	.627**	.578**	1
Ciencias Económicas y Empresariales	D1	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	
		Correlación de Pearson	1	.694**	.798**	.665**
	D2	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000
		Correlación de Pearson	.694**	1	.694**	.554**
	D3	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000
		Correlación de Pearson	.798**	.694**	1	.718**
	D4	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000
		Correlación de Pearson	.665**	.554**	.718**	1

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.14. Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras del género femenino y edad

La relación entre las dimensiones de la capacidad emprendedora en los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, por edad el género femenino muestra que el ajuste es apropiado, con correlaciones estadísticamente significativas para la mayoría de ítems ($p < .05$), en la tabla 7, muestra la relación de las dimensiones entre la edad de 18 a 22, las dimensiones de capacidad de innovación y capacidad de realización personal es alta (Pearson 0.658), capacidad de innovación y capacidad de planificación estratégica es media (Pearson 0.683), la capacidad de innovación con la capacidad de relación social es media (Pearson 0.609).

La asociación de las variables de las edades de 23 a 26 años del género femenino, entre la capacidad de innovación y la capacidad de realización personal es media (Pearson 0.636), la capacidad de innovación asociada a la capacidad de planificación estratégica es media (Pearson 0.610) y entre la capacidad de relación social es baja (Pearson 0.459), asociando la dimensión realización social planificación estratégica es media (Pearson 0.671), la capacidad de realización personal entre la capacidad de relación social es baja (Pearson 0.590), la capacidad de relación social asociada con la capacidad de planificación estratégica es alta (Pearson 0.765).

La relación entre las dimensiones de las edades 27 a 30 años muestra que no son significativamente estadísticas.

Tabla 7 Correlación de capacidades emprendedoras del género femenino

18-22	D1	D2	D3	D4	23-26	D1	D2	D3	D4	27-31	D1	D2	D3	D4
D1 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	.729**	.683**	.609**	D1 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	.636**	.610**	.459**	D1 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	.300	.382	.600
Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		.000	.000	.000	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		.000	.000	.003	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		.056	.398	.154
D2 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.729**	1	.708**	.623**	D2 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.636**	1	.671**	.590**	D2 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.743	1	-.072	.126
Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000		.000	.000	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.056		.878	.788
D3 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.683**	.708**	1	.683**	D3 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.610**	.671**	1	.765**	D3 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.382	-.072	1	.857*
Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.000	.000		.000	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.398	.878		.014
D4 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.609**	.623**	.683**	1	D4 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.459**	.590**	.765**	1	D4 Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	.600	.126	.857*	1
	.000	.000	.000			.003	.000	.000			.154	.788	.014	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.15. Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras, género masculino y edad

La relación entre las dimensiones de la capacidad emprendedora en los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, por edad del género masculino, la asociación de las variables es estadísticamente significativa ($p < .05$), en la tabla 8, la relación entre estas variables por las edades la relación de las dimensiones entre la edad de 18 a 22, las dimensiones de capacidad de innovación y capacidad de realización personal es media (Pearson 0.658), capacidad de innovación y capacidad de planificación estratégica es baja (Pearson 0.594), la capacidad de innovación con la capacidad de relación social es media (Pearson 0.631), la relación con la capacidad de realización personal y planificación estratégica es baja (Pearson 0.589), la capacidad de relación social entre es alta (Pearson 0.706) .

La correlación de las dimensiones entre las edades de 23 a 26 años con la capacidad de innovación y la capacidad de realización personal es baja (Pearson 0.556), la capacidad de innovación con capacidad de planificación estratégica es alta (Pearson 0.720) y la capacidad de relación social y capacidad de innovación es baja (Pearson 0.427), al asociar las capacidades de realización personal con la capacidad de planificación estratégica se obtuvo un resultado bajo (Pearson 0.572) y la relación entre la capacidad de realización personal y relación social es baja (Pearson 0.518).

La relación entre las dimensiones de las edades de 27 a 31 años se puede observar que la capacidad de innovación y la capacidad de realización personal no es significativa (Pearson 0.129), sin embargo la relación entre la capacidad de innovación y capacidad de planificación estratégica es alta (Pearson 0.928) y capacidad de relación social con la capacidad de innovación no es significativa,

Tabla 8 Correlación de capacidades emprendedoras del género masculino y edad

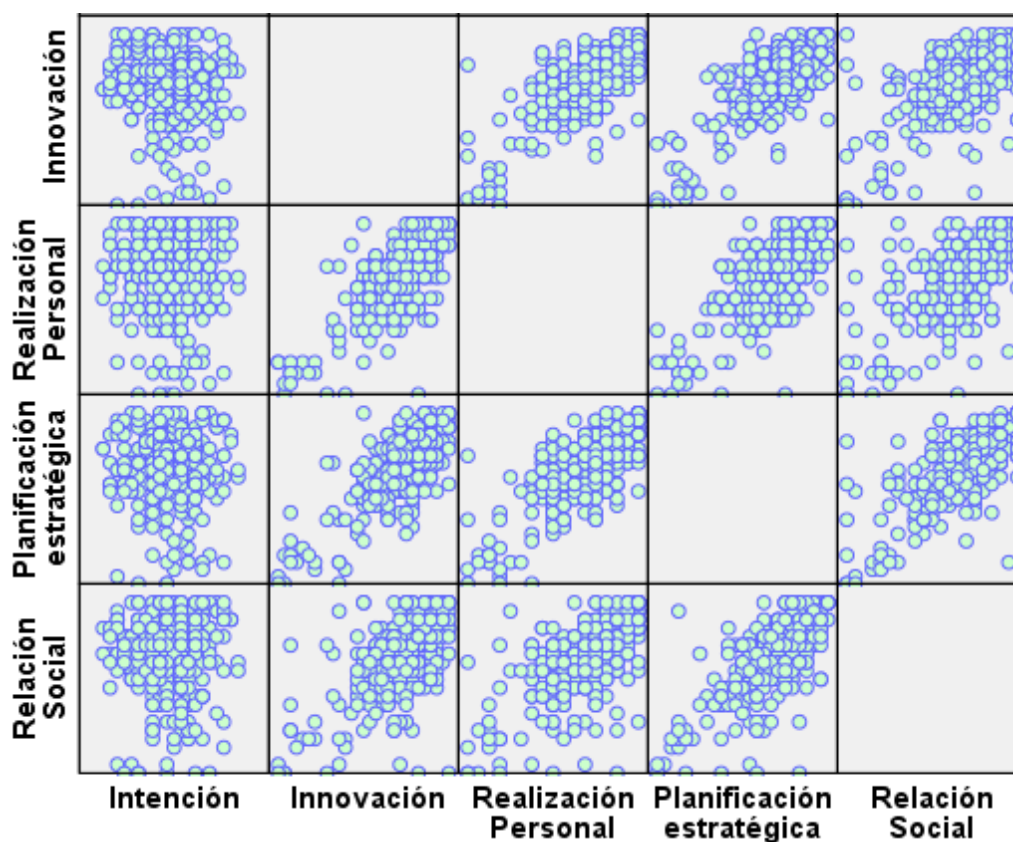
	18-22	D1	D2	D3	D4		23-26	D1	D2	D3	D4		27-31	D1	D2	D3	D4
D 1	Coeficiente de correlación	1	.658*	.594**	.631**	D 1	Coeficiente de correlación	1	.556*	.720**	.427**	D 1	Coeficiente de correlación	1	.129*	.928**	.386
	Sig. (bilateral)		.000	.000	.000		Sig. (bilateral)		.000	.000	.001		Sig. (bilateral)		.011	.008	.173
D 2	Coeficiente de correlación	.658*	1	.589**	.706**	D 2	Coeficiente de correlación	.556**	1	.572**	.518**	D 2	Coeficiente de correlación	.129*	1	.985**	.806
	Sig. (bilateral)	.000		.000	.000		Sig. (bilateral)	.000		.000	.000		Sig. (bilateral)	.011		.000	.053
D 3	Coeficiente de correlación	.594*	.589*	1	.678**	D 3	Coeficiente de correlación	.720**	.572*	1	.459**	D 3	Coeficiente de correlación	.928**	.985*	1	.794
	Sig. (bilateral)	.000	.000		.000		Sig. (bilateral)	.000	.000		.000		Sig. (bilateral)	.008	.000		.059
D 4	Coeficiente de correlación	.631*	.706*	.678**	1	D 4	Coeficiente de correlación	.427**	.518*	.459**	1	D 4	Coeficiente de correlación	.638	.806	.794	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000			Sig. (bilateral)	.001	.000	.000			Sig. (bilateral)	.173	.053	.059	

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

4.1.16. Análisis de la correlación de capacidades emprendedoras e intención

La relación entre las dimensiones de la capacidad emprendedora y la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, muestra que las correlaciones son estadísticamente significativas ($p < .05$), por lo tanto, se rechaza hipótesis del estudio (H_i) que postula que, las capacidades emprendedoras no están positivamente relacionadas con la intención de emprender.

Gráfico 9 Matriz de correlación de las capacidades emprendedoras y la intención



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas a estudiantes universitarios

Capítulo 5. CONCLUSIONES

La investigación buscó determinar cómo se relaciona las capacidades emprendedoras con la intención de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, 2020, para lo cual se desarrolló una descripción de las capacidades emprendedoras que poseen los estudiantes, y posteriormente se realizaron las correlaciones entre variables y las dimensiones mediante el Índice de Correlación de Spearman, puesto que los datos no mostraron distribución normal. Los resultados obtenidos son aplicables exclusivamente para la organización en estudio, y de ninguna manera pueden ser generalizados para otros contextos; lo que sí es posible generalizar es la metodología que se ha utilizado y el instrumento aplicado, que pueden ser empleados en otras investigaciones similares.

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios tiene una baja relación positiva relaciona con las capacidades emprendedoras y son de gran interés para enfocar las actuaciones dirigidas a fomentar o impulsar el emprendimiento en las etapas de formación previas a la incorporación de los individuos al mercado laboral, por tal motivo, el hecho de que la intención de crear una empresa propia tenga una baja relación con las capacidades emprendedoras implica la necesidad de desarrollar campañas de información y concientización que refuercen las creencias positivas hacia la creación de un negocio propio y, sobre todo, aporten al desarrollo local del país.

Finalmente, la investigación desarrollada permite constatar que la intención emprendedora en contextos educativos está condicionada por una amplia diversidad de factores sobre los que es necesario incidir si se busca fomentar y promover el emprendimiento en nuestro país, asimismo, la influencia de la capacitación profesional en la intención de desarrollar una actividad empresarial propia. Por tanto, resulta imprescindible incorporar en los programas formativos materias y contenidos dirigidos a dotar a los estudiantes de habilidades y capacidades de gestión necesarias para poner en práctica sus propios proyectos.

Capítulo 6. RECOMENDACIONES

Primera: A las autoridades de la educación superior, se le recomienda realizar y promover con mayor énfasis eventos de emprendimiento y ferias de proyectos, por medio de la universidad y también en conjunto con diversas instituciones.

Segunda: Asimismo, los resultados demuestran que el joven estudiante se motiva principalmente por aspectos netamente personales como el deseo de ser independiente, ganar más dinero y obtener un logro personal, sin embargo, no todos desean aportar con algo nuevo en la sociedad (innovación de un producto, servicio o modelo de negocio), y tampoco cuentan con los medios para lograr llevar a cabo su idea de negocio, como recursos materiales, financieros, o contactos, por lo que se recomienda desarrollar una unidad de apoyo al emprendimiento, como una incubadora de empresas, o una aceleradora, para brindar las condiciones a estudiante para que desarrolle su idea de negocio.

Tercera: Se recomienda como punto de partida aplicar el plan de mejora para mejorar la motivación y las capacidades de los estudiantes de la educación superior.

Cuarta: A las autoridades de facultativas, se les recomienda homogenizar la participación de todos los estudiantes, docentes e invitar a las Pymes como una manera de poder motivarse y poder desarrollar sus capacidades de emprendimiento que les permitan llevar a cabo sus ideas de negocios, ya que los resultados mostraron que debe incentivarse y motivarse a los estudiantes, y desarrollar sus capacidades personales, sociales y sobretodo de planificación.

Quinta: A otros investigadores, se les recomienda realizar investigación aplicada relacionada a temas de emprendimiento, en donde se apliquen estrategias para desarrollar las capacidades emprendedoras de los jóvenes y motivarlos.

Capítulo 7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acs, Zoltan J., Mary C. Boardman, y Connie L. McNeely. 2013. «The social value of productive entrepreneurship». *Small Business Economics* 40(3):785–796.
- Ajzen, Icek. 1991. «The theory of planned behavior». *Organizational behavior and human decision processes* 50(2):179–211.
- Alvarado, Edith, y Luis Montalvo. 2015. «El aprendizaje colaborativo, una experiencia enriquecedora. Caso unidad Académica de Contaduría y Administración, Extensión Sur». 10.
- Bacigalupo, Margherita, Panagiotis Kampylis, Yves Punie, y Godelieve Van den Brande. 2016. «EntreComp: The entrepreneurship competence framework». *Luxembourg: Publication Office of the European Union* 10:593884.
- Baumol, William J. 1993. «Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds». *Journal of business venturing* 8(3):197–210.
- Busenitz, Lowell W. 1999. «Entrepreneurial risk and strategic decision making: It's a matter of perspective». *The Journal of Applied Behavioral Science* 35(3):325–340.
- Camisón, C. 1999. «El espíritu emprendedor. reflexiones básicas sobre el empresario y la creación de empresas». *Castellón: Jovellanos*.
- Carbajal, Pierina Lisbeht. 2017. «Personalidad proactiva y capacidad emprendedora de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017».
- Castelao, Maria, Pascual González, Adolfo Jordán, y Alicia Ruiz. 2015. «Universidad y emprendimiento: intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas». Recuperado 19 de noviembre de 2020 (<https://abacus.universidadeuropea.es/handle/11268/4770>).
- Correa, Karlita Elizabeth Muñoz, y Diego Zavala. 2017. «Factores que influyen en la capacidad emprendedora del estudiantado en Educación Superior». *Revista Publicando* 4(10 (1)):406–419.
- Cross, Bernadette, y Anthony Travaglione. 2003. «THE UNTOLD STORY: IS THE ENTREPRENEUR OF THE 21 [supST] CENTURY DEFINED BY EMOTIONAL INTELLIGENCE?» *International Journal of Organizational Analysis* (2003) 11(3).
- Delgado, Alvaro Miguel, y Pierina Mirella Núñez. 2017. «Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel».

- Din, Badariah Haji, Abdul Rahim Anuar, y Mariana Usman. 2018. «A Contribution of Entrepreneurship Education in Enhancing the Entrepreneurial Capacity Building of Youth». *Advanced Science Letters* 24(5):3184-87. doi: 10.1166/asl.2018.11340.
- Echeverri-Sánchez, Laura, Alejandro Valencia-Arias, Martha Benjumea-Arias, Andry Barrera-Del Toro, Laura Echeverri-Sánchez, Alejandro Valencia-Arias, Martha Benjumea-Arias, y Andry Barrera-Del Toro. 2018. «Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo». *Revista Electrónica Educare* 22(2):160-78. doi: 10.15359/ree.22-2.10.
- Filion, Louis Jacques. 1998. «From entrepreneurship to entreprenology: the emergence of a new discipline». *Journal of enterprising culture* 6(01):1–23.
- Garrido-Yserte, Ruben, Fernando Crecente-Romero, y Maria-Teresa Gallo-Rivera. 2020. «The Relationship between Capacities and Entrepreneurial Intention in Secondary School Students». *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja* 33(1):2322-41. doi: 10.1080/1331677X.2019.1697328.
- González, Antonio, y Valentina Alejandra Morales. 2012. «El lado B del emprendimiento—Casos chilenos de emprendimientos fallidos y su aplicación en el aula».
- González-Serrano, María H., Josep Crespo Hervás, Carlos Pérez-Campos, y Ferrán Calabuig-Moreno. 2017. «The importance of developing the entrepreneurial capacities in sport sciences university students». *International Journal of Sport Policy and Politics* 9(4):625–640.
- Kirzner, Israel M. 1999. «Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur». *The Review of Austrian Economics* 11(1-2):5–17.
- Kissi, Ernest, Divine Kawaku, Caleb Debrah, y Theophilus Adjei-Kumi. 2020. «Underlying strategies for improving entrepreneurial skills development of technical and vocational students in developing countries: using Ghana as a case study | Emerald Insight». Recuperado 19 de noviembre de 2020 (<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ET-11-2019-0264/full/html>).
- Krauss, Catherine. 2005. «Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay». *Dimensión empresarial* 9(1):28–40.
- Krueger, Norris. 1993. «The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability». *Entrepreneurship theory and practice* 18(1):5–21.
- Marulanda, Flor Ángela, y Iván Alonso Montoya Restrepo. 2014. «Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento». 34.
- Mavila, Daniel, Omar Tinoco, y César Campos. 2009. «Factores Influyentes en la Capacidad Emprendedora de los Alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos». *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial. Lima Perú*.

- McClelland, David C. 1965. «Achievement and entrepreneurship: A longitudinal study.» *Journal of personality and Social Psychology* 1(4):389.
- Peralta, Luz María. 2018. «La influencia de la motivación en las capacidades emprendedoras de los estudiantes del primer año de secundaria».
- Pinchot, Gifford. 1994. *The end of bureaucracy & the rise of the intelligent organization*. ERIC.
- Plá, Paloma Gallurt. 2010. «Creación de spin-offs en las universidades Españolas: un modelo de intenciones». PhD Thesis, Universidad Pablo de Olavide.
- Poncio, Darío. 2010. *Animarse a emprender*. Eduvim.
- Quispe, Martha. 2020. «La motivación y capacidad emprendedora en los estudiantes de administración de la Uladech, 2019». *Repositorio Institucional - UCV*.
- Robinson, Peter B., David V. Stimpson, Jonathan C. Huefner, y H. Keith Hunt. 1991. «An attitude approach to the prediction of entrepreneurship». *Entrepreneurship theory and practice* 15(4):13–32.
- Rolin, Carlos Daniel. 2018. «El emprendedor y el ciclo de vida de las microempresas en el distrito de Carmen de la legua, callao 2018».
- Schumpeter, Joseph. 1934. «Teoría del desarrollo económico». *Universidad de Harvard. Inglaterra*.
- Sesen, Harun. 2013. «Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students». *Education+ Training*.
- Shapero, Albert. 1985. *The entrepreneurial event*. College of Administrative Science, Ohio State University.
- Stripeikis, Osvaldas. 2011. «Enterprising business formation in Lithuanian small and medium-sized firms». *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai* (57):99–113.
- Veciana, José Ma, Marínés Aponte, y David Urbano. 2005. «University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison». *The International Entrepreneurship and Management Journal* 1(2):165–182.

ANEXOS

INTRODUCCIÓN:

Estimados estudiantes estamos realizando la presente encuesta, con el objetivo de profundizar en el conocimiento de la capacidad emprendedora como factores influyentes sobre el potencial emprendedor empresarial en estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León, considerando que la institución universitaria puede desempeñar una relevante función en el fomento del espíritu emprendedor de su alumnado.

Instrucciones: Se le solicita marcar solo una de las opciones que mejor describa su respuesta atendiendo los siguientes parámetros.

Según Poncio (2010), el término emprendedor proviene de los vocablos latinos in, en, y préndere, cuyo significado es "acometer o llevar a cabo". Por extensión y probablemente por influencia del francés dicha palabra se dice "entrepreneur", el término también se utiliza para señalar a quien inicia una empresa. En consecuencia, puede afirmarse que emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor parte del riesgo.

A. CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS						
1. Edad:	2. Género:					
3. Estado Civil:	1. Soltero(a)					
	2. Casado(a)					
	3. Unión de hecho estable					
4. Zona de procedencia:	1. Rural					
	2. Urbano					
5. Trabaja:	1. Si					
	2. No					
6. Nivel de atracción (¿En qué le llama la atención trabajar?)	1. Trabajo asalariado en el Estado					
	2. Trabajo Asalariado Empresa Privada					
	3. Cuenta propia (emprendedor)					
7. Carrera:						
8. Año que cursa la carrera:						
B. ANTECEDENTES FAMILIARES						
9. Tiene familiares emprendedores:	Padre					
	Madre					
	Familiar					
	No tengo ningún familiar					
	Otro:					
C. INTENCION EMPRENDEDORA		1		3	4	5
10. Estoy preparado para hacer cualquier cosa para ser un emprendedor						
11. Mi objetivo profesional es convertirme en emprendedor						
12. Hare cualquier esfuerzo para empezar y poner en marcha mi propia empresa						
13. Estoy dispuesto a crear mi propia empresa en el futuro						

14. Considero seriamente en crear una empresa					
15. Tengo las firmes intenciones en crear una empresa algún día					

A continuación aparecen una serie de preguntas, rellene los espacios en blanco y si se encuentra con una escala del tipo: rodee con un círculo o marque el valor

Desacuerdo		De acuerdo		
1	2	3	4	5

1: Totalmente desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Probablemente 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

BLOQUE I: CAPACIDAD EMPRENDEDORA En esta sección la componen preguntas dirigidas a analizar principales capacidades que tienen los estudiantes con actitud emprendedora.

Por favor, indique el grado de confianza que tiene usted en sus capacidades para desarrollar las siguientes acciones:

		1	2	3	4	5
1.	CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DEL EMPRENDEDOR INDIVIDUAL					
1.1.	Estoy dispuesto a asumir nuevas responsabilidades					
1.2.	Tengo ideas nuevas y frescas para mejorar un producto o servicio					
1.3.	Me gusta tomar iniciativa y la responsabilidad que las cosas sucedan					
1.4.	Tengo conocimiento del resultado de mis actos					
1.5.	Soy capaz de poner en práctica lo que aprendo					
1.6.	Soy capaz de enseñarle a otros lo que aprendí					
1.7.	Exploro más allá de los conocimientos que adquiero					

		1	2	3	4	5
2.	CAPACIDAD DE REALIZACIÓN PERSONAL					
2.1	Le hago frente a todo tipo de contratiempos					
2.2.	Soy capaz de ponerme en la "piel" de los demás					
2.3.	Soy capaz de ejecutar trabajo intenso					
2.4.	Deseo de creación e innovación de empresas propias					

		1	2	3	4	5
3.	CAPACIDAD DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA					
3.1.	Visualiza anticipadamente el resultado de sus acciones					
3.2.	Metas o propósitos concretos en su desempeño					
3.3.	Administra racionalmente los recursos					
3.4.	Aplica controles de calidad haciendo bien las "cosas"					
3.5.	Evalúa y corrige las acciones					
3.6.	Propensión al riesgo (Capacidad de tomar decisiones con un nivel de riesgo asociado)					

		1	2	3	4	5
4.	CAPACIDAD DE RELACIONARSE SOCIALMENTE					
4.1.	Promover encuentro entre actores sociales (Sector privado, social y público) para ser atendidos desde el proyecto emprendedor					
4.2.	Sensibilidad social saber comprender la situación de un entorno e interpretar el comportamiento de los individuos dentro de ese entorno.					
4.3.	Presencia y autenticidad comprende la presentación personal, el uso del lenguaje verbal y no verbal, respeto de patrones culturales, naturalidad y transparencia.					
4.4.	Sabe decir lo que se quiere decir, de forma concisa y clara (Ser capaz de hablar de manera que las personas puedan entender con facilidad).					
4.5.	Tengo capacidad de conectar con los demás. Saber desarrollar intereses conjuntos, facilita el logro de retos compartidos.					

Fuente: Encuesta adaptada de Mavila et al. 2009.

¡MUCHÍSIMAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!