



**UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE  
TAMAULIPAS**



**FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN VICTORIA  
División de Estudios de Posgrado e Investigación**

**TESIS:**

“Análisis de la intención emprendedora en el contexto  
universitario”

**Que para obtener el grado de:**

**MAESTRA EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL  
CON ENFASIS EN MERCADOTECNIA**

**Presenta:**

Ing. María Guadalupe Morales González

**Directoras de tesis:**

Dra. Maritza Álvarez Herrera

Dra. Yesenia Sánchez Tovar

# ÍNDICE

Resumen .....	1
Introducción .....	2
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>5</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
1.1 Antecedentes .....	6
1.2 Definición del problema.....	7
1.2.1 Preguntas de investigación .....	10
1.3 Objetivo General .....	10
1.3.1 Objetivos específicos .....	11
1.4 Justificación.....	11
1.5 Delimitaciones .....	12
1.6 Marco conceptual del estudio .....	12
1.7 Diseño de la Investigación .....	14
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>17</b>
<b>IMPORTANCIA DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA .....</b>	<b>17</b>
2.1 El emprendimiento y la intención emprendedora.....	18
2.2. Teorías que fundamentan la intención emprendedora .....	19
2.2.1 Teoría de la conducta planificada .....	19
2.2.2 Teoría de aprendizaje social y autoeficacia.....	22
2.2.3 Modelo sobre el evento emprendedor .....	28
2.3 La intención emprendedora y el autoempleo .....	30
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>32</b>
<b>DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LAS</b>	
<b>UNIVERSIDADES .....</b>	<b>32</b>
3.1 El papel de la universidad en el fomento del emprendimiento en los jóvenes .....	33
3.2 Factores condicionantes de la intención emprendedora .....	34
3.3. Limitantes del emprendimiento en los jóvenes universitarios.....	38
3.4 Hipótesis.....	39
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>41</b>
<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>41</b>
4.1 Unidad de estudio .....	42
4.2 Enfoque y alcance de la investigación .....	42

4.2.1 Enfoque cuantitativo .....	42
4.2.2 Alcance descriptivo .....	42
4.2.3 Alcance correlacional .....	43
4.3 Población de estudio/muestra .....	43
4.4 Instrumento de recopilación de información .....	44
4.5 Técnicas de análisis .....	46
4.5.1 Análisis Factorial Exploratorio .....	46
4.5.2 Análisis de Correlación .....	47
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>50</b>
<b>ANÁLISIS Y VALIDACIÓN DEL MODELO DE EMPRENDIMIENTO</b>	
<b>UNIVERSITARIO.....</b>	<b>50</b>
5.1 Perfil de los encuestados .....	51
5.1.1 Análisis descriptivo .....	51
5.2 Análisis estadístico .....	52
5.2.1 Dimensionalidad de los constructos .....	52
5.3 Análisis de resultados en relación a los objetivos .....	60
<b>CAPÍTULO 6.....</b>	<b>63</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>63</b>
6.1 Conclusiones generales .....	64
6.2 Futuras líneas de investigación .....	65
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>72</b>
Anexo A. Cuestionario de Intenciones Empresariales (Liñán y Rodríguez, 2006) .....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Capítulo 1 Planteamiento del Problema .....	14
Figura 1.2 Capítulo 2 Importancia de la intención emprendedora .....	15
Figura 1.3 Capítulo 3 Determinantes de la Intención emprendedora en las Universidades. ....	15
Figura 1.4 Capítulo 4 Metodología.....	16
Figura 1.5 Capítulo 5 Análisis y Validación del modelo de emprendimiento universitario. ....	16
Figura 1.6 Capítulo 6 Conclusiones.....	16
Figura 2.1. Modelo de la Teoría del comportamiento planificado .....	22
Figura 2.2 Modelo de Evento Emprendedor .....	29
Figura 5.1 Diagrama de segmentación de la muestra por sexo.....	51
Figura 5.2 Diagrama de segmentación de la muestra por formación académica. .	51
Figura 5.3. Diagrama de Dispersión de la variable Atracción .....	56
Figura 5.4. Diagrama de Dispersión de la variable Valoración Social .....	57
Figura 5.5. Diagrama de Dispersión de la variable Capacidades Específicas .....	58

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Comparativa de factores de emprendimiento .....	34
Tabla 5.1 Análisis Estadísticos de Fiabilidad del total de ÍTEMS.....	53
Tabla 5.2 Análisis Estadísticos de Fiabilidad de ÍTEMS por cada variable.....	53
Tabla 5.3 Matriz de componentes rotados .....	55
Tabla 5.4 Correlaciones no paramétricas de Atracción .....	58
Tabla 5.5 Correlaciones no paramétricas de Valoración Social.....	59
Tabla 5.6 Correlaciones no paramétricas de Capacidades Específicas .....	59