



CAPACIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DE LICENCIATURA EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE NEGOCIOS DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN CAMPUS COATZACOALCOS

Sánchez-Leyva José Luis¹. Jarquin-Mendoza, Beatriz Anahí²; Mota-Rodríguez Itzayana³ & Alonso Guillén, Amado⁴

Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)

*luissanchez01@uv.mx¹, anahi.jarquin@hotmail.com², itzayanarm@hotmail.com³, amalonso@uv.mx⁴,
Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad; Coatzacoalcos,
País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711*

Fecha de envío: 02/Mayo/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

En la actualidad los empleos que se otorgan a los jóvenes no están bien remunerados, no existe una igualdad entre el esfuerzo que se da a una actividad y la recompensa que se recibe por ello. Por tanto, las Instituciones de Educación Superior (IES) deben desarrollar en los estudiantes, la capacidad de crear e innovar productos o servicios que les permitan generar ingresos y utilidades por si mismos. Considerar a los proyectos de negocios que se solicitan en las experiencias educativas como alternativa para desarrollarlos y convertirlos en negocios rentables, es una tarea que debe trabajarse día a día entre académicos y estudiantes.

En la investigación se determinó la capacidad de emprendimiento de estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Facultad de Contaduría y Administración campus Coatzacoalcos, mediante un instrumento de recolección que permitió obtener comparación entre estudiantes de último semestre y aquellos que son de recién ingreso.

En los resultados se obtuvo que los alumnos de semestre superior tienen una mayor capacidad emprendedora que los de recién ingreso. Con base en lo anterior, se realizaron recomendaciones para fomentar el emprendimiento en la Facultad de Contaduría y Administración.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantes, licenciatura

Abstract

Today the jobs young people are given are not satisfactory in terms of remuneration, there is no equality between effort given to an activity and the reward you get for it. Therefore, the higher education institutions should be given the task of developing in students the ability to create and innovate products or services that enable them to generate income and utilities themselves. Consider business projects requested in the educational experiences as an alternative to develop them and turn them into profitable businesses is a task that must work every day teachers and students.

In the research it determined the entrepreneurial capacity of college students majoring in management and direction of business at the School of Accounting and Administration campus Coatzacoalcos through the implementation of a data collection instrument that yielded comparison between students of last semester and those who are lower semesters.

The results obtained that higher semester students are more entrepreneurial capacity than lower half. Based on the last information, recommendations were made to foster entrepreneurship in the School of Accounting and Administration.

Key Words: Entrepreneurship, students, Bachelor's degree

Introducción

El siglo XXI se ha caracterizado por los avances tecnológicos que se viven diariamente, desde la creación de plataformas cibernéticas y de redes sociales, hasta la invención de nuevos alimentos y aparatos electrodomésticos que son usados todo el tiempo por las personas.

En este contexto, la creación de nuevas empresas está a la orden del día, el emprendimiento ha tomado gran importancia en el país y a nivel internacional, la necesidad de crear e innovar, ha sacado a flote las capacidades emprendedoras de personas que han decidido emprender nuevos proyectos.

El emprendimiento es la entrada a la innovación y la creación de objetos o sistemas que no son del conocimiento, considerando que los emprendedores tienen la capacidad de crear cosas nuevas mediante ideas idóneas y únicas, con características que los hacen incomparables, sin embargo, muchos de ellos no tienen acceso a financiamiento ni a la educación adecuada para desarrollar al máximo sus habilidades.

El presente estudio tiene su nacimiento con base en la necesidad que existe en México de tener a personas capacitadas y dispuestas a emplear nuevos métodos para asegurar su calidad de vida, es por ello que se realiza la investigación para determinar el impacto que tiene el Programa Educativo (PE) de Gestión y Dirección de Negocios de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, en la capacidad emprendedora de los alumnos adscritos a éste.

Objetivo general

Determinar el nivel de emprendedurismo en los estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos.

Objetivos específicos

Determinar en los alumnos de primer y último año de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios, la capacidad de relacionarse socialmente, la capacidad creativa, la capacidad de realización y la capacidad de planificación.

Realizar un análisis comparativo de la capacidad emprendedora en alumnos de primer y último año de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios.

Generar propuestas que permitan fortalecer el emprendedurismo en los PE de Gestión y Dirección de Negocios.

Justificación

El emprendedurismo es de suma importancia en todos los sectores productivos de un país, además de ofrecer una independencia económica a quienes deciden dejar la comodidad de tener un salario, ayuda al crecimiento económico del país y eleva la competitividad frente a otros países desarrollados y en vías de desarrollo como lo es México. Por ello, muchas instituciones gubernamentales desde la perspectiva actual y en el marco del Plan de Desarrollo Nacional emanado desde el Poder Ejecutivo de México, se ocupan para dar un mayor impulso a los emprendedores que deciden tener una libertad económica y contribuir al desarrollo del país.

El espíritu emprendedor puede ser nato o puede ser formado durante los estudios de una persona, sobre todo en la formación profesional. Las probabilidades de que un proyecto nuevo tenga éxito o no, dependen en gran medida de la formación y nivel educativo que tenga un emprendedor.

La presente investigación pretende, en primera instancia, servir de fuente de información puntual y oportuna para realizar un diagnóstico acerca de los resultados que se obtienen al finalizar los estudios universitarios, y con ello, detectar las áreas de oportunidad para fomentar el desarrollo emprendedor.

A lo largo de los años, el emprendedurismo ha sido estudiado desde diferentes puntos de vista, desde la perspectiva económica, social y cultural, además de considerarse una característica singular que no todos los seres humanos poseen. Sin embargo, a pesar de que el emprendedurismo ha sido objeto de diversas investigaciones, éste ha sido poco abordado desde una perspectiva universitaria.

Delimitación del problema

Desde los saberes teóricos, se involucran temas acerca del emprendimiento social, empresarial y corporativo. Así mismo, las características y actitudes de un emprendedor y las acciones a nivel nacional e internacional. La investigación se llevó a cabo en estudiantes matriculados en segundo y sexto semestre de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana Campus Coatzacoalcos y fue realizada a partir del mes de agosto de 2014 al mes de junio de 2015.

Marco teórico

La palabra emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en el que se emplee. La mayoría de los especialistas coinciden en que el proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y accionar para concretarlas (Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor, 2014). Emprender tiene sus raíces en la latín *in*, que significa “en”, y *prendre*, cuyo significado es “sostener” (Prieto, 2014), se origina del francés *entreprendre* y del alemán *unternehmen* (Toca, 2010).

El emprendedurismo o también llamado emprendimiento, se puede llamar a la acción que realiza una persona. En la década de los 80's Howard Stevenson aparece interpretando de distinta manera la mentalidad emprendedora, aportando que el sistema de gestión de la misma no se fundamentaba principalmente en los recursos sino en aprovechar eficientemente las oportunidades.

De acuerdo con Gómez (2012), la enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de los líderes, mientras que Formichella (2014), establece que el emprendimiento debe entenderse como el desarrollo de un proyecto que persigue un fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características. Ej. Innovación. En este sentido, el emprendimiento es visto cada vez más como un factor determinante de los resultados económicos, para mejorar la ventaja competitiva y para estimular el crecimiento empresarial.

Como el emprendimiento puede surgir desde cualquier campo del conocimiento, existen tres categorías en las que se incluyen las diferentes propuestas (Duarte & Tibana, 2009): a) Emprendimiento empresarial: Corresponde a las unidades productivas de bienes y servicios; b) Emprendimiento social: Se refiere a los proyectos que enfatizan en el contenido social, desde áreas como: comunicación, capacitación, medicina; c)

Emprendimiento corporativo: Representa las propuestas de cambio e innovación al interior de las organizaciones y desde cualquier disciplina o área del saber.

Además, el emprendimiento empresarial (Rodríguez R. A., 2009) es comprendido como un fenómeno práctico, sencillo y complejo, que los empresarios experimentan directamente en sus actividades y funciones; como un acto de superación y mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad. Ahora bien, Ashoka como asociación que se encarga de profesionalizar a los emprendedores sociales, (Roa, 2005) define al emprendimiento social como aquél en el cual existe satisfacción, cuando se logre producir un cambio en la manera como se está solucionando el problema de un grupo poblacional o de la sociedad en general. En 1984, Vesper define al emprendimiento corporativo (Kantis, 2009) como aquel que involucra a las iniciativas de los empleados desde abajo de la organización con vistas a encarar algo nuevo, una innovación que es creada sin que la conducción superior se lo haya pedido o inclusive autorizado.

Finalmente, al emprendedor, en el ámbito de los negocios, se le clasifica como un buen administrador, el cual es propietario de una empresa comercial que tiene fines de lucro (Alcaraz, 2011). Asimismo es la persona que identifica una oportunidad de negocio de un producto o servicio, o simplemente empieza un proyecto por su propio entusiasmo, posee características de capacidad organizativa, es entusiasta, innovador, optimista, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos al analizar el entorno y la viabilidad del proyecto, orientado al crecimiento (Prieto, 2014).

En este contexto, existen diversas formas de clasificar a los emprendedores, Gómez (2012) encuentra a dos diferentes tipos: a) Entrepreneur. Este tipo de líder se caracteriza por su deseo de ser independiente, por su visión global y su creatividad, su motivación al trabajo

y su espíritu emprendedor, por su capacidad para transformar una oportunidad en una nueva institución o empresa al servicio de la sociedad. Este emprendedor es el que busca realizar una actividad diferente, en la cual pueda desarrollar todos sus talentos en forma sostenida, por medio de la realización de una labor productiva que no sienta como una carga, sino como una oportunidad de obtener satisfacciones y los recursos necesarios para tener un nivel de vida digno. El objetivo principal de este tipo de personas es la modificación del mercado y está originado por emprendedores de pequeñas empresas que se caracterizan por crear algo nuevo, algo diferente, construyendo con creatividad y descontento para satisfacer aquellas necesidades aún no satisfechas. (Germán, 2010) b) Intrapreneur. Este líder ejecutivo está orientado a la acción, él no desea salir de la empresa u organización en la que se encuentra, lo que realmente busca es transformar, a través de su visión global, su creatividad y su espíritu emprendedor, un producto o servicio en una nueva área de oportunidad o negocio dentro de su organización. Esta clase de emprendedores realiza las transformaciones de las estructuras empresarias, son fieles a sus propias metas y a su talento, donde la creatividad vulnera el tradicionalismo rutinario gerencial. (Germán, 2010). En otras palabras, el intrapreneur es el gerente de un nuevo negocio, que administra todas las áreas y actividades necesarias para realizar ese emprendimiento internamente. Ese hombre que decide transformar un concepto inicial de negocio en realidad comercial para la empresa en que trabaja, es el intrapreneur o ejecutivo moderno. (Emprendedores CL, 2011)

Adicionalmente, el entrepreneur (Rodríguez A. , 2013) se define como aquella persona que está dispuesta a correr un riesgo financiero o de otra índole, identificando una oportunidad de negocio y organizando los recursos necesarios para ponerla en marcha. Ahora bien,

cuando esas oportunidades de negocio, riesgos y recursos se identifican dentro de una organización ya establecida, es el intrapreneur, quien las aprovecha para lograr cambios significativos. En este sentido, el intrapreneur hace referencia al ejecutivo que no desea salir de su organización pero que es capaz de identificar nuevas oportunidades de negocio e instrumentar una serie de acciones que le permiten innovar en los procesos y productos que se presentan para la misma, convirtiéndola en nuevos negocios dentro de su organización. En ambos casos, el entrepreneur o el intrapreneur identifican las oportunidades, cuantifican los riesgos y ponen en marcha las acciones de una manera creativa e innovadora, pero mientras uno lo hace en un ambiente externo, el otro lo hace bajo el paraguas de una organización.

Etapas del emprendimiento

De acuerdo con Arrieta (2013), el emprendimiento es un proceso que consta de siete etapas para su desarrollo:

1. **El compromiso.** Es el momento previo al gran salto, el que lleva a abandonar la falsa seguridad del trabajo en relación de dependencia y enfrentar un nuevo mundo, con sus recompensas y riesgos. Los esfuerzos que se deben realizar exigen un alto grado de convicción.
2. **La acción.** Comienza cuando el fundador renuncia a su trabajo estable, pasa a una relación de independencia y asume los riesgos financieros de la empresa.
3. **El empuje.** Los clientes están entusiasmados con el producto y piden más. Incluso los inversores si es que se tienen parecen optimistas, se podría decir que se tienen las razones para celebrar porque la empresa no solo está sobreviviendo sino que prospera.

4. **La identidad.** En esta etapa la empresa define lo que quiere ser, adquiere su verdadera personalidad. Se producen cambios asociados a un proceso de profesionalización: descentralización de la autoridad, liderazgo, mayor inteligencia, aparece la eficiencia como objetivo y se abandona la mirada a corto plazo para elaborar una estrategia de cara a un futuro algo más distante, el emprendedor se vuelve estratega.
5. **La plenitud.** Cuando la empresa ha logrado cumplir los sueños del fundador o tiene el potencial para hacerlo. Se tiene una organización comprometida, proactiva, con fuerza, que sabe lo que quiere.
6. **El confort y la vanidad.** La corrupción que puede producir el confort puede verse en las acciones de la empresa y sus dirigentes. Aparece una sensación de satisfacción, cierta falta de inquietudes y pérdida de ambición. Hay una reducción en la creatividad, la innovación, el deseo de cambio y desaparece el espíritu emprendedor. Cuando además aparece la vanidad, se entra de lleno en lo peor del mundo corporativo, se pierde flexibilidad. El clima de la empresa favorece el *statu quo*. Es un momento en el que todos saben que hay un problema, se hacen reuniones pero nadie decide nada.
7. **La salida.** Muchos emprendedores deben de dar un paso a un lado cuando en un proceso de profesionalización la empresa necesita más dedicación. Puede ocurrir que las energías y la ambición del fundador no sean las mismas que tenía antes, o que su compromiso por el futuro de la compañía sea distinto.

El emprendedor, debe cumplir con diversas características para considerarse como tal, Sierra (2014) menciona algunas:

- **Persistencia:** Consiste en la insistencia, empeño o dedicación en conseguir un objetivo.
- **Libertad:** Capacidad que tiene el ser humano para actuar conforme a su propia voluntad; quien es libre también debe ser responsable de sus actos y aceptar los beneficios y responsabilidades que ella atrae.
- **Asumir riesgos y aprender de los errores:** Quien no toma riesgos posiblemente no llegará muy lejos; pero quien sí, seguramente tendrá tropiezos en el camino. Cada vez que uno se equivoca aprende y ello es una buena oportunidad para progresar.

Emprendedurismo en México

En 2013, Vizcarra, Torres y Ruiz, afirman que en México, inician operaciones anualmente más de 200,000 empresas, teniendo como referencia un universo de 4.1 millones, de las cuales: 95.6% se clasifican como microempresas, 3.4% son pequeñas, 0.8% medianas y únicamente el 0.2% grandes.

Se presenta como un dato de relevancia a la apertura de éstas, la falta de permanencia en el mercado. Lo anterior, debido a que el 65% de las PYME desaparecen antes de dos años, un 50% cierra en el primero, 30% en el segundo y solo el 10% subsiste al décimo año.

Ante ello, las incubadoras de empresas, se han constituido para orientar y dar acompañamiento a emprendedores en la realización de su plan de negocios y proceso de creación de su empresa, mediante consultoría en las diversas áreas necesarias para

incursionar en el ámbito productivo, contribuyendo a su permanencia y competitividad en el mercado.

El emprendedurismo en México tiene una clara importancia reflejada en el Plan Nacional de Desarrollo 2012-2017. Además, que existen diversos organismos en México que han detectado los beneficios de ofrecer apoyo al emprendedor. Principalmente, el gobierno federal y gobiernos estatales han diseñado diversos programas para desarrollar ideas, inyectar capital a empresas y de la misma forma incubarlas. Entre otros: México próspero, Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), Fondo Nacional Emprendedor y Red de apoyo al Emprendedor

El emprendedurismo y las Instituciones de Educación Superior en México

El plan de acción principal para lograr un México con Educación de Calidad, es articular la educación, la ciencia y el desarrollo tecnológico para lograr una sociedad más justa y próspera (SHCP, 2013)

La Licenciatura forma profesionistas en diversas áreas del conocimiento con programas de estudio de cuatro años o más. Se imparte en instituciones universitarias, tecnológicas y de formación de maestros y es de carácter terminal. (Robles, Martuscelli, & García, 2012)

La educación en emprendedurismo genera externalidades positivas en una sociedad (Formichella, 2014) y en su fomento, se deben impulsar un conjunto de medidas y acciones orientadas específicamente a este fin. En México, la mayoría de los programas e instituciones de capacitación se ubican en el ámbito gubernamental.

La falta de cultura de la innovación, desarrollo y emprendimiento que existe en numerosos programas educativos de diferentes universidades ha sido de gran relevancia para la crisis

en la que México se encuentra ahora, es posible que si se sigue en la misma situación, crezca aún más la tasa de desempleo por la conformidad y comodidad de los egresados de niveles superiores que no se arriesgan a crear nuevas empresas y emprender nuevos proyectos, trayendo consigo un mayor desequilibrio social, político y cultural en el país, ocasionando un mayor índice de delincuencia, corrupción, violencia, rupturas de familias entre otros problemas que acechan el entorno en el que se desenvuelve la nación mexicana. De manera específica, en la licenciatura de Gestión y Dirección de Negocios es necesario formar y fomentar en los alumnos una cultura del emprendimiento en sus diferentes facetas, tanto en lo social como en lo empresarial. Es vital generar en los alumnos la idea de crear empresas y proyectos, de ser su propio jefe sin depender de las órdenes de una empresa en la que tiene pocas y lentas posibilidades de escalar a mejores puestos y obtener un mejor salario.

De las 46 Experiencias Educativas excluyendo las de Elección Libre, hay entre ellas, EE enfocadas a los conocimientos y habilidades que se deben generar en los alumnos con relación al emprendedurismo, por ejemplo: Administración contemporánea, Diseño de plan de negocios, Desarrollo de habilidades directivas, Desarrollo sustentable, Empresas agroindustriales, Creatividad y negocios y Simulación de Negocios.

De igual manera, desde la Facultad de Contaduría y Administración campus Coatzacoalcos, se ha buscado hacer propios los objetivos propuestos en el Plan de Trabajo Estratégico 2013 – 2017, realizando diversas acciones a favor del emprendimiento y fomentar el espíritu emprendedor.

En este contexto, vale la pena preguntarse, ¿cuál es el nivel de emprendedurismo en estudiantes del Programa Educativo Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos?

Método

La presente investigación es con un enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal, se ha enfocado a en determinar el nivel de emprendimiento de los alumnos de la carrera de Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos. al tener un carácter descriptivo, no se presenta hipótesis alguna, pues no supone ningún hecho y resulta poco sencillo realizar estimaciones con cierta precisión respecto a fenómenos de comportamiento humano. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010)

Población y muestra

Para efectos de la presente investigación, se realizó un censo, debido a que el instrumento se aplicó al total de los estudiantes matriculados en segundo y sexto semestre, por tanto, la población total se constituye por 53 alumnos del segundo semestre que se identifica como población uno, y 54 del sexto semestre a quienes se les identifica como población dos.

Instrumentos de recopilación

El instrumento de recopilación que se utilizó para esta investigación es el cuestionario “Capacidad emprendedora” elaborado por docentes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Lima, Perú, el cual fue validado por los autores. Primero realizaron la prueba de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach con un coeficiente de 0.923 (Hinojosa, Gómez, & Contreras, Confiabilidad, 2009), el cual es adecuado para analizar el instrumento, puesto que el mínimo aceptado es de 0.70 (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010). También verificaron las dimensiones consideradas en el instrumento mediante un análisis factorial con soporte en el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) v.15.0.

El cuestionario fue aplicado en la investigación realizada por los docentes creadores del instrumento, denominada “Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”, así mismo fue aplicado en la tesis “Capacidad emprendedora de los alumnos de las licenciaturas del Área de Ciencias Económico-Administrativas del Instituto Tecnológico de Minatitlán” en la Universidad Veracruzana.

El instrumento se integra por 26 ítems que son respondidos con una escala de Likert con valores del 0 al 5. Se encuentra dividido en cuatro dimensiones principales que determinan la capacidad emprendedora del objeto de estudio:

1. **Capacidad de relacionarse socialmente:** Referida a 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 e instituciones que aporten a su progreso. Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva. Comprende: La persuasión y elaboración de redes de apoyo y la autoconfianza.
2. **Capacidad de realización personal:** Está referida al impulso por vencer desafíos, avanzar y crecer, al esfuerzo por alcanzar el triunfo, metas y ser útiles a otros. Comprende: La búsqueda de oportunidades, la persistencia, la demanda por calidad y eficiencia y la toma de riesgos.
3. **Capacidad creativa:** Referida a la habilidad para sugerir soluciones y planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial.
4. **Capacidad de planificación:** Referida a pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes

para desempeñarse de manera que se aprovechen las oportunidades y anular o disminuir las amenazas del entorno. Comprende: El establecimiento de metas, la búsqueda de información y la planificación sistemática y el control

Los ítems de cada dimensión pueden visualizarse en la tabla 1:

Tabla 1. Ítems por dimensión del instrumento “Habilidades emprendedoras”.

Dimensión	D1	D2	D3	D4
Pregunta	1, 2, 5, 18, 20, 17, 13, 19, 7, 10, 16 y 11	15, 21, 4, 14, 23	26, 25, 24, 22	6, 3, 12, 9, 8

Fuente: Elaboración propia.

El puntaje ideal para cada dimensión se muestra en la tabla 2, indica la relación directa entre el puntaje, la capacidad emprendedora total y la que mide cada dimensión. Dicho puntaje se obtiene de la multiplicación del número de preguntas por la opción más alta que puede elegir el encuestado, que es el número cinco en la escala de Likert.

Tabla 2. Puntaje ideal según las dimensiones del instrumento Capacidad Emprendedora

Dimensió	Puntaje ideal
D1. Capacidad de relacionarse socialmente	60
D2. Capacidad de realización personal.	25
D3. Capacidad creativa	20
D4. Capacidad de planificación.	25
Capacidad emprendedora	130

Fuente: (Hinojosa, Gómez, & Contreras, 2009)

De acuerdo con los autores, quien obtenga entre 70% y 80% del puntaje ideal al contestar el cuestionario, cuenta con una alta capacidad emprendedora y mientras más se acerque a los 130 puntos (100%), más alta es su capacidad. De esta manera se miden cada una de las cuatro dimensiones.

Resultados

Para asegurar la confiabilidad del instrumento, se realizó la comprobación mediante el alfa de Cronbach con el programa estadístico SPSS v.19.0, el cual fue de 0.894 para la población 1 y 0.902 en la población 2.

Para la población 1, el 88% de los encuestados tienen entre 18 y 21 años, el 78% de los encuestados son mujeres, el 80% han estudiado en escuelas públicas, el 80% vive en la ciudad de Coatzacoalcos, el 54% de los estudiantes, no laboran. Además, el 56% de los alumnos tienen uno o más parientes que tienen algún negocio propio o trabaja de forma independiente.

Para la población 2, el 74% de los encuestados tienen entre 18 y 21 años, el 69% de los encuestados son mujeres, el 92% han estudiado en escuelas públicas, el 77% vive en la ciudad de Coatzacoalcos, el 47% de los estudiantes, no laboran. Además, el 73% de los alumnos tienen uno o más parientes que tienen algún negocio propio o trabaja de forma independiente.

Tabla 3. Valores reales de las dimensiones de la Población 1.

Dimensión	Ítems	Valor esperado	Valor real	Porcentaje real
D1	12	3,000	2,085	69.5%
D2	5	1,250	904	72.32%
D3	4	1000	727	72.7%
D4	5	1,250	912	73.04%
Total	26	6,500	4,629	71.21%

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla número 3 se aprecian los resultados de las encuestas en cuanto a los valores reales obtenidos en su aplicación a la población 1 y que corresponde a los alumnos de segundo semestre. La primera columna corresponde al número de dimensión, en la sección

ítems se encuentra el número de preguntas que contiene la dimensión, el valor esperado es el resultado de la multiplicación del número de encuestas aplicadas por su puntaje ideal por dimensión. El valor real corresponde a la cuenta total de los puntos obtenidos de forma real en la aplicación del instrumento y, finalmente, la quinta columna corresponde al porcentaje proporcional del valor real obtenido con respecto al valor esperado.

La dimensión 1 (D1) conformada por 12 ítems tiene un valor esperado de 3,000 puntos, el valor real obtenido es de 2,085 correspondiente a 69.5% con respecto al valor esperado. La dimensión 2 (D2) contiene 5 ítems con un valor esperado de 1,250, de los cuales de obtuvieron 904 que corresponden el 72.32 % del puntaje ideal. En cuanto a la dimensión 3 (D3) con 4 preguntas, tiene un valor esperado de 1000, se obtuvieron 727, el 72.7% del valor esperado. Por último, a la dimensión 4 (D4) contiene 5 preguntas, con un valor esperado de 1,250 tiene uno real de 912, correspondiente al 73.04 con respecto al puntaje ideal.

El análisis general de los resultados obtenidos del instrumento aplicado arroja que el instrumento conformado por 26 preguntas correspondientes a las 4 dimensiones tiene un valor esperado total de 6,500 puntos, se obtienen 4, 629 de forma real, lo que corresponde el 71.21% con respecto al puntaje ideal.

Tabla 4. Valores reales de las dimensiones de la Población 2.

Dimensión	Ítems	Valor esperado	Valor real	Porcentaje real
D1	12	3,060	2,281	74.54%
D2	5	1,275	989	77.56%
D3	4	1020	830	81.37%
D4	5	1,275	984	77.17%
Total	26	6,630	5,084	76.68%

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4 muestra de forma similar los resultados obtenidos de la población 2, que corresponde a los alumnos del sexto semestre. Como se explicó con anterioridad, los resultados obtenidos con base en las 51 encuestas aplicadas, son los siguientes: La dimensión 1(D1) conformada por 12 ítems tiene un valor esperado de 3,060 puntos, el valor real obtenido es de 2,281 correspondiente a 74.54% con respecto al valor esperado. La dimensión 2 (D2) contiene 5 ítems con un valor esperado de 1,275, de los cuales de obtuvieron 989 que corresponden el 77.56% del puntaje ideal. En cuanto a la dimensión 3 (D3) con 4 preguntas, tiene un valor esperado de 1020, se obtuvieron 830, el 81.37% del valor esperado. Por último, a la dimensión 4 (D4) contiene 5 preguntas, con un valor esperado de 1,275 tiene uno real de 984, correspondiente al 77.17% con respecto al puntaje ideal.

El análisis general de los resultados obtenidos del instrumento tiene un valor esperado total de 6,630 puntos, se obtuvieron 5,084 de forma real, lo que corresponde el 76.68% con respecto al puntaje ideal. En las siguientes dos tablas se muestran los datos estadísticos de relevancia obtenidos de la aplicación del instrumento “capacidad emprendedora”. En las tablas 7 y 8 se presentan datos estadísticos obtenidos de las dos poblaciones en las cuatro dimensiones y en forma total, dentro de los cuales están la media o promedio, moda, máximo, mínimo y desviación estándar.

Tabla 5. Datos estadísticos de los resultados por dimensión de la población 1.
Elaboración propia.

Dimensión	Media	Moda
D1	3.48	4
D2	3.62	4
D3	3.64	4

D4	3.65	4
Total	3.56	4

Fuente: Elaboración propia

La tabla 5 correspondiente a los alumnos del segundo semestre, las medias de las dimensiones 1 a la 4 son de 3.48, 3.62, 3.64 y 3.65 consecutivamente. La moda es igual para las 4 dimensiones siendo ésta de 4.

Tabla 6. Datos estadísticos de los resultados por dimensión de la Población 2.

Dimensión	Media	Moda
D1	3.73	4
D2	3.88	4
D3	4.07	5
D4	3.86	4
Total	3.83	4

Fuente: Elaboración propia

Para los alumnos del sexto semestre corresponde la tabla número 6, las medias obtenidas de las dimensiones de ésta población de la 1 a la 4 son de 3.73, 3.88, 4.07 y 3.86 consecutivamente. La moda es igual para las dimensiones 1, 2 y 4 siendo ésta de 4, mientras que para la dimensión 3 la moda fue de 5.

Conclusiones

Los estudiantes de Gestión y Dirección de Negocios, al iniciar sus estudios de nivel superior apenas alcanzan el mínimo del nivel de emprendimiento, así mismo, conforme van desarrollando sus estudios universitarios adquieren habilidades y actitudes para el emprendimiento.

Al iniciar los estudios universitarios reflejan una capacidad emprendedora del 71.21% con respecto al puntaje ideal del instrumento “capacidad emprendedora”, mientras que cuando están a punto de egresar de la licenciatura, tienen una capacidad emprendedora del 76.68% con respecto al puntaje ideal.

Es importante recalcar que aunque se logra determinar un aumento en la capacidad emprendedora de los alumnos desde el momento de ingresar hasta el momento de egresar, es necesario realizar acciones encaminadas a potencializar las habilidades de emprendimiento en los estudiantes.

La Facultad de Contaduría y Administración cuenta con ventajas que enriquecen la capacidad emprendedora de los alumnos, dentro de las cuales se encuentran las actividades como las ferias de emprendedores celebradas cada año y en las que los alumnos demuestran sus habilidades y realizan innovaciones con las que pueden participar en concursos regionales y nacionales como las ferias de emprendedores de la Asociación Nacional de Facultades de Contaduría y Administración (ANFECA).

Para que sea posible que los alumnos adquieran mayores habilidades emprendedoras y estén dispuestos a emprender nuevos proyectos, es necesario que la Facultad de Contaduría y Administración desde su dirección y academia de administración, tome en cuenta las recomendaciones propuestas en este trabajo y en otras investigaciones en pro de las habilidades emprendedoras de los alumnos, puesto que es necesario aplicar nuevas

estrategias para obtener mejores resultados y estadísticas más favorecedoras para la Facultad y la Universidad Veracruzana en general, como la certificación del PE y el avance de la casa de estudios en listas de calidad nacionales e internacionales.

Se debe reconocer que la investigación tiene áreas de oportunidad en las que pueden trabajar en investigaciones futuras, como realizar un análisis más específico con instrumentos que determinen con mayor exactitud y confianza la capacidad emprendedora de los alumnos, que contengan ítems más específicos e incluso, realizarse pruebas como entrevistas directas y análisis de personalidad de los alumnos.

Es de suma importancia que las universidades en México tengan un impacto más elevado en las capacidades emprendedoras de los alumnos, pues la situación económica y social del país lo requiere urgentemente, los jóvenes universitarios deben tomar nuevas actitudes y habilidades a favor del emprendimiento en las que incluyan: toma acertada de decisiones, persistencia, libertad y estar dispuestos a asumir riesgos.

Bibliografía

Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. Mc Graw Hill.

Arrieta, A. (2013). *Aprender a emprender*. Buenos Aires: Atlántida.

Duarte, T., & Tibana, M. (Diciembre de 2009). *Scientia et Technica*.

Obtenido de Universidad Tecnológica de Pereira:

<http://200.21.217.140/index.php/revistaciencia/article/view/2275/1311>

Emprendedores CL. (22 de noviembre de 2011). *Emprendedores CL*.

Obtenido de El Intrapreneur:

<http://www.emprendedores.cl/comunidad/articles/461/el-intrapreneur>

Formichella, M. (Enero de 2014). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Obtenido de Municipio:
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Germán, J. (23 de marzo de 2010). *Mercadotecnia en red*. Obtenido de Liderazgo Intrapreneur y Entrepreneur: <http://mercadotecniaenred.com/liderazgo-intrapreneur-entrepreneur/>

Gómez, L. (2012). *Soporte UV*. Obtenido de Repositorio Uv:
<http://www.soporte.uv.mx:2196/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7aa56d2b-db81-40e9-a287-0e01152a45fb%40sessionmgr198&vid=1&hid=115>

Hinojosa, D. M., Gómez, Ó. T., & C. C. (Julio de 2009). *Confiabilidad*. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San Marcos:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81620150005>

Hinojosa, D. M., Gómez, Ó. T., & Contreras, C. C. (Julio de 2009).
Capacidad emprendedora. Obtenido de Universidad Nacional Mayor de San
Marcos:: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81620150005>

Kantis, H. y. (2009). *uvitec.org*. Obtenido de
<http://www.uvitec.org.ar/Archivos/Revista/File/Emprendimiento%20Corporativo%20en%20America%20Latina-%20Kantis%20y%20Drucaroff.pdf>

PND. (2000). *Capacitación para jóvenes en situación de pobreza*.
Obtenido de
<http://www.uia.mx/campus/publicaciones/jovenes/pdf/epieck4.pdf>

Prieto, C. (2014). *Emprendimiento. Concepto y plan de negocios*.
México: Pearson.

Ramírez, A. (Junio de 2009). *Nuevas perspectivas para entender el
emprendimiento empresarial*. Obtenido de Scielo:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762009000100005&script=sci_arttext&tlng=pt

Roa, M. L. (2005). *Ashoka Emprendedores Sociales*. Obtenido de
<http://www.documentacion.edex.es/docs/0907lucdef.pdf>

Robles, J., Martuscelli, J., & García, E. (2012). *Plan Educativo
Nacional. (UNAM)*. Obtenido de
<http://www.planeducativonacional.unam.mx>

Rodríguez, A. (08 de mayo de 2013). *Forbes*. Obtenido de
'Entrepreneur' o 'intrapreneur': <http://www.forbes.com.mx/entrepreneur-o-intrapreneur/>

- Rodríguez, G. A. (8 de mayo de 2013). *Forbes.com*. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/entrepreneur-o-intrapreneur/>
- Rodríguez, R. A. (2009). *scielo.org*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a05.pdf>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor. (2014). *Emprendiendo. Herramienta para emprendedores en formación*. Córdoba, Argentina.
- SHCP. (julio de 2013). *Colegio de Ingenieros Civiles:*. Obtenido de http://cicm.org.mx/wp-content/files_mf/pndcicm130722.pdf
- Sierra, C. P. (2014). *Emprendimiento, conceptos y plan de negocios*. México: Pearson Educación. Obtenido de Ingenieros Civiles: http://cicm.org.mx/wp-content/files_mf/pndcicm130722.pdf
- Toca, C. (11 de Octubre de 2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 60.
- Vizcarra, N. L., Torres, V. G., & Ruiz, I. Y. (2013). *Soporte UV*. Obtenido de <http://www.soporte.uv.mx:2196/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=a0b30563-d305-42c1-978e-3e19762c0d3a%40sessionmgr113&vid=1&hid=115>