



Espíritu emprendedor en estudiantes de administración

Sánchez-Leyva, José Luis ¹; Zapata-Lara, Helena Del Carmen ²; Pérez-Fuentes, Edgar ³ & Ordaz-Hernández, Mónica Berenice ⁴

¹ Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)
luissanchez01@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad; Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

² Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)
hzapata@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad; Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

³ Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)
edperez@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad; Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 51315

⁴ Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos (México)
mordaz@uv.mx, Dirección: Av. Universidad Km. 7.5 Coatzacoalcos, Veracruz. México. CP. 96538, Ciudad; Coatzacoalcos, País: México, Teléfono: 01 (921) 21 1 57 00 Ext. 55711

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: abril de 2017

Fecha de publicación en línea: junio de 2018

Resumen

Los estudios sobre emprendimiento permiten enumerar las acciones que las universidades realizan para el fomento de este concepto. México es considerado un país con potencial para emprender y las debilidades como: escasa innovación o mínimo capital humano emprendedor. Todo esto pueden ser atendidas por las Universidades.

A partir del breve contexto anterior, el presente estudio se realizó con el objetivo de diagnosticar el espíritu emprendedor en estudiantes de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos. Los principales resultados mostraron que la capacidad emprendedora en los estudiantes es mayor de 70%. Los estudiantes de primer semestre manifiestan un amplio deseo por emprender desde el ingreso a la universidad y en la medida en que cursan la carrera, disminuyen. Por ello es necesario incluir temas sobre emprendimiento, innovación y creatividad en los programas de estudio que se imparten en la Licenciatura en Administración.

Palabras Clave: emprendimiento, estudiantes, universidad

Abstract

The studies on entrepreneurship allow to enumerate the actions that the universities realize for the promotion of the emprendimiento. Mexico is considered a country with potential to undertake and weaknesses such as: weak entrepreneurial culture, low innovation or minimal entrepreneurial human capital; Can be attended by universities.

In this context, the present research was made with the purpose of making a diagnose about the enterprising spirit in students at the Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos. The main results show that the enterprising capacity in students is higher than 70%. The first semester students manifest a larger desire to undertake since the start of college and decreases once they move through. It is therefore necessary to include topics about enterprise, innovation and creativity on the study programs given at the Administration Bachelor's degree.

Key Words: entrepreneurship, students, university.

1. Introducción

Los indicadores de desempleo a nivel nacional e internacional, la aplicación de políticas de exclusión laboral y social, así como las tensas relaciones de los gobiernos en el contexto internacional son factores que orientan a las Instituciones de educación superior a la formación de estudiantes universitarios con actitudes emprendedoras para favorecer el autoempleo en un primer momento, con el objetivo de consolidar una empresa que impacte de manera positiva en el desarrollo local. A partir de la interacción de los diversos agentes socioeconómicos, se hace uso de recursos endógenos y de sus capacidades, para que todo esfuerzo se traduzca en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y regiones en las que se desarrollan.

Un hecho que parece controversial es que los estudiantes de recién ingreso a la universidad mantienen una alta capacidad emprendedora, a comparación de los estudiantes que están en el último año de la vida universitaria. Lo anterior indica que las universidades deben propiciar las condiciones que fomenten la actitud y las habilidades emprendedoras; así como que apunten las ideas de negocios que beneficiará al emprendedor y a la sociedad misma al aportar al crecimiento y desarrollo económico de nuestro país.

Derivado de lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo general; determinar el espíritu emprendedor en estudiantes de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana del campus Coatzacoalcos desde las dimensiones de relación social, realización personal, capacidad creativa y capacidad de planificación. El diagnóstico que se obtenga constituirá como un insumo importante para generar propuestas encaminadas al fortalecimiento de la capacidad emprendedora en estudiantes de la universidad.

1.1 Antecedentes

El emprendimiento ha sido relevante a nivel nacional e internacional, las investigaciones que se han realizado al respecto indican las siguientes conclusiones:

En Argentina, se llevó a cabo una investigación acerca del surgimiento de emprendedores con base universitaria: se encontró que la formación de emprendedores tiene déficit de diversos tipos. La mayoría no proviene de hogares de empresarios y la universidad no ayuda a reconocer modelos de rol ni otras fuentes directas de motivación para emprender. Las competencias que desarrollan a través de su pasaje por la universidad se limitan fundamentalmente al conocimiento técnico. De manera indirecta, la existencia de una brecha entre este conocimiento y el conocimiento aplicado en mundo de las empresas, influye sobre los incentivos para crear una empresa que les permita desarrollarse plenamente como profesionales y como personas, en general (Kantis, Postigo, Federico, & Tamborini, 2002).

Según Rodríguez & Prieto (2009) en un estudio comparativo con respecto a la sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios, se encontró que los estudiantes colombianos, en comparación con los estudiantes franceses, se perciben con una mejor actitud hacia el emprendimiento. Se identifica, de manera clara, una correlación positiva entre una carrera emprendedora y los valores deseados en la calidad de vida; asimismo, se considera que una empresa propia les permitiría lograr esa calidad de vida. En el caso de Francia, se identificaron los valores propios de una carrera profesional con una emprendedora y que existen grandes márgenes de duda con respecto a las posibilidades que

les ofrecería una empresa propia. Por tanto, existe en los estudiantes colombianos una diferencia entre las creencias y las actuaciones.

En Santiago de Chile, se realizó un estudio denominado *Análisis de las Capacidades Emprendedoras y Potenciales en Alumnos de Centros de Educación Superior (CES)*: de los resultados obtenidos, se encontró que los alumnos que desarrollan estas actividades, tuvo un índice de capacidad potencial de 78% y los alumnos que no lo hacen tuvo un índice de 74%, por lo tanto no existe una diferencia significativa en cuanto a las capacidades emprendedoras potenciales de los alumnos que desarrollan oportunidades de negocio y los que no lo hacen. Los resultados arrojaron que el índice de capacidad emprendedora potencial (ICEP) promedio es del 74% (género masculino 75%, mientras que para el género femenino resultó ser de un 74%) que representa un nivel de capacidad emprendedora potencial avanzada, lo que implica que el proceso de formación, los recursos de enseñanza y aprendizaje, así como la cultura organizacional pro-emprendimiento del CES ha provocado una gran evolución de la capacidad emprendedora del alumno (Cabana & Cortés, 2013).

Krauss (2011), realizó una investigación en la Universidad Católica del Uruguay acerca de las actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios, concluyendo que la única forma en que se puede desarrollar el emprendimiento es aprender haciendo y aprender emprendiendo. Para formar emprendedores tiene que aprender a cómo hacerlo y cómo emprender. Los resultados obtenidos muestran que se debe realizar un mayor énfasis en el emprendimiento para los estudiantes de la licenciatura en Dirección de Empresas compuesta por asignaturas obligatorias como: Desarrollo de Habilidades Emprendedoras, Empresas Familiares, Creatividad e Innovación, Emprendimiento y asignaturas opcionales como: Finanzas Internacionales, Marketing Internacional y Negocios internacionales. A este respecto, para los estudiantes del Uruguay, es fundamental incrementar su visión hacia el mundo exterior ya que el mercado interno es muy pequeño, lo que se fortalece con ese tipo de asignaturas.

Según Olmos (2009), en un estudio realizado en la Universidad de Colima, encontró que la actitud emprendedora en los estudiantes declina a medida que estos avanzan en su ciclo académico y se aproximan al contacto con la realidad laboral. Los resultados obtenidos muestran que la Universidad no está cumpliendo con su papel de incubadora de ideas de negocio y de incentivar la actitud emprendedora entre sus estudiantes.

Dolores (2014) concluye que los alumnos del área de Ciencias Económico - Administrativas del Instituto Tecnológico de Minatitlán (ITM) poseen una alta capacidad emprendedora. Esto se observa, principalmente en los jóvenes de nuevo ingreso de la Licenciatura en Administración. En el mismo documento, se infiere que los factores externos como una actividad laboral de tiempo completo y estudios superiores de los padres de los alumnos influyen positivamente en su capacidad emprendedora.

Según Marín (2014) determinó que existe orientación emprendedora en los estudiantes formados en las aulas de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana, Campus Coatzacoalcos. De acuerdo con los resultados de la investigación, se concluyó que la tasa de

estudiantes que quiere emprender al egresar de la carrera era del 37.7%. Este resultado es significativo, debido a que plantea que de manera aproximada 4 de cada 10 estudiantes, requieren de la motivación, asesoría y apoyo adecuados, para la creación de nuevas empresas.

Finalmente, Sánchez, *et al* (2016) concluyen que los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración, de la Universidad Veracruzana, campus Coatzacoalcos, del Programa Educativo de Gestión y Dirección de Negocios, adquieren sus habilidades y enfoques a partir del desarrollo de sus estudios universitarios. Sin embargo, desde ingresar hasta el momento de egresar, el aumento del porcentaje es mínimo, porque se mostró un 71.21%, en comparación al egresar con un 76.68%, siendo un mínimo aumento del 5.47%. Por ende, es necesario realizar las acciones necesarias para que, en próximas investigaciones, el índice aumente de forma más impactante.

2. Marco teórico

2.1 Generalidades del emprendimiento: conceptos e importancia

Aun cuando el modelo socioeconómico actual privilegia al individuo sobre la sociedad, es importante destacar los beneficios que dicho modelo ofrece, como el impulso emprendedor y generador de empleos (Álvarez, 2016). Sin embargo, el modelo neoliberal no deja de ser ineficiente, y en ciertos aspectos perverso, en la búsqueda de la igualdad social. Ante esta realidad, Álvarez explica que surgen grupos, instituciones, asociaciones y empresas que se aventuran en búsqueda de formatos novedosos que se engloban bajo el concepto de *emprendimiento social*; como los Parques Tecnológicos en diversas regiones de España.

En este contexto, Aguilar (2016) afirma que los pilares básicos de la política económica de un país o una región, en el marco de las políticas de activación del empleo en España, es la fomentación de la iniciativa empresarial, el trabajo autónomo y la economía social, en la que las estrategias de carácter económico deban ir dirigidas a reforzar una economía al servicio de las personas y no a la inversa.

Además, la Política de Empleo para el año 2016 diseñada por la Comunidad Autónoma Andaluza, integra entre sus políticas sobre emprendimiento un Servicio Propio centrado en el *apoyo al desarrollo empresarial*, para fomentar la cultura, la actitud y la actividad emprendedora y empresarial innovadora, creativa y competitiva, en el ámbito del autoempleo y el trabajo autónomo (Aguilar, 2016). Entre otros, explica Aguilar que los servicios y proyectos incluidos son el fomento de la iniciativa emprendedora y el autoempleo mediante la localización de personas con habilidades emprendedoras; el acompañamiento empresarial a través de la incubación y tutorización; y, la puesta a disposición de las personas con iniciativas emprendedoras de la ayuda y herramientas necesarias para convertir ideas de negocio en proyectos empresariales reales, coordinando el análisis de viabilidad y el plan de empresa.

Ahora bien, para entender el concepto de emprendimiento, se presentan algunas definiciones establecidas desde diversos enfoques. Por emprendimiento se entiende (Oliver, Galiana, & Gutiérrez-Benet, 2016) la capacidad de las personas para traducir ideas en actos e implica ser creativo, tomar la iniciativa, innovar, asumir riesgos y gestionar los proyectos

personales y profesionales para alcanzar objetivos concretos. El emprendimiento, continúan Oliver, *et al* (2016) está considerado como una práctica clave a la hora de reactivar los sistemas económicos estancados e impulsar un crecimiento más sostenible y coherente.

De hecho, el debate sobre emprendimiento se abrió desde la Comisión Europea a inicios de 2003, con la edición del famoso libro verde sobre *espíritu empresarial en Europa* en donde se presentaba el reto de los países europeos al momento de fomentar la dinámica empresarial de modo eficaz.

El emprendedor (Álvarez, 2016) demandará una atmósfera de libertad que signifique una garantía ante el riesgo que está asumiendo. No se trata únicamente de un asunto meramente operativo/ administrativo de enfrentar riesgos, sino que el tema de la libertad de emprender alcanza los terrenos de lo doctrinal o ideológico: es toda una posición ante el mundo, la vida, la naturaleza, la sociedad y la persona.

Finalmente, Cabello Díaz (citado por Torres 2016) define al *emprendedor universitario* como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económico o sociales, donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hace un individuo especial destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás, llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerenciar.

Por lo que respecta al emprendimiento en las universidades, vale la pena comentar que los cambios políticos, económicos y sociales que suceden día a día han impactado a las universidades, las cuales deben replantearse su papel como agentes de cambio formadoras de capital humano con las competencias requeridas para la empleabilidad de los futuros profesionistas y diseñar políticas que consideren el papel de universidades con espíritu emprendedor. Al respecto, Contreras, González y Álvarez (2016) destacan que una universidad emprendedora es aquella que se caracteriza por la capacidad de transformar el conocimiento producido (invención, resultados de investigación) en un resultado económico y socialmente útil (innovación, patentes, propiedad intelectual), según los objetivos preestablecidos.

Con este contexto, las últimas reformas de la educación superior, por lo menos en España, responden a un modelo de educación dirigido a la adquisición de competencias que ayuden a la empleabilidad de sus estudiantes. Este proceso ha supuesto una reorganización de los planteamientos educativos. La apuesta por la adquisición de competencias personales y profesionales que genere, al mismo tiempo, un conjunto de herramientas actitudinales, posibilitan la inserción de los graduados en entornos socioeconómicos cambiantes y flexibles (Contreras, González, & Álvarez, 2016).

Por tanto, Contreras, *et al* (2016) afirman que el compromiso con la empleabilidad configura un nuevo sistema educativo que combina saber y saber hacer, mediante la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes que posibilitan el desarrollo integral. Según Moreno Olivos (citado por Contreras *et al* 2016), la apuesta por una enseñanza universitaria centrada en el aprendizaje competencial y el desarrollo de capacidades (saber expresarse con claridad de forma oral y escrita,

identificar problemas y proponer soluciones, liderar grupos y reuniones, usar el tiempo de forma eficiente, generar nuevo conocimiento, trabajar en equipo) proporcionará la suficiente flexibilidad, transversalidad y versatilidad para acometer la empleabilidad.

Finalmente, en cuanto a la intervención de las instituciones educativas en las temáticas de emprendimiento, se establece (Oliver, Galiana, & Gutiérrez-Benet, 2016) que la educación resulta un medio idóneo para identificar actitudes emprendedoras, así como para potenciarlas y estimularlas de diferentes maneras. Además, algunos países europeos cuentan con asignaturas específicas de educación para el emprendimiento, mientras que otros tratan temas en esta línea en diferentes asignaturas u ofrecen programas superiores específicos, afirman Oliver, Galiana y Gutiérrez-Benet (2016). Lo anterior, refleja el trabajo que realizan las universidades en el desarrollo de un sentido de iniciativa y actitudes empresariales en los estudiantes.

3. Método

El presente estudio se abordó desde un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo y transversal. La obtención de los datos se llevó a cabo mediante la técnica de la encuesta, con el apoyo del instrumento denominado *Capacidad emprendedora* elaborado por docentes de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Lima, Perú el cual fue validado por los autores. Primero, se realizó la prueba de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach con un coeficiente de 0.923 (Hinojosa, Gómez, & Contreras, 2009), el cual es adecuado para analizar el instrumento, puesto que el mínimo aceptado es de 0.70 (Sampieri, 2010).

Las unidades de análisis fueron estudiantes de nuevo ingreso y próximos a egresar de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana en el campus Coatzacoalcos. En la integración de la muestra se empleó un muestreo no probabilístico, con una técnica por conveniencia. Participaron 138 estudiantes de la Licenciatura en Administración distribuidos de la siguiente manera: el 57% (79) fueron estudiantes de primer semestre y el 43% (59) fueron estudiantes de octavo semestre.

Las variables bajo estudio son: el emprendimiento, entendido como el elemento que debe ser incluido por las universidades en el trabajo académico que permita dotar a los futuros profesionistas de las competencias necesarias para el autoempleo y el desarrollo local a través de la creación de empresas, así como, los avances que se presentan sobre el tema en el sector educativo de nivel superior y que refieren a un conjunto de atributos y acciones que deben prevalecer en los procesos de formación académica de profesionistas enfocados a la generación y aplicación de conocimientos que son parte integrante de la dinámica económica.

La presente investigación se ha enfocado en describir el espíritu emprendedor de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos. Por ello, no se establece hipótesis, puesto que no supone ningún hecho y resulta poco sencillo realizar estimaciones con cierta precisión respecto a fenómenos de comportamiento humano. (Sampieri, 2010)

3.1 Planteamiento

Los cambios continuos y dinámicos que presenta nuestro país relacionados con el crecimiento y desarrollo económico, los procesos de globalización y las relaciones ríspidas con otras naciones; deben provocar el desarrollo de una cultura hacia la innovación y el emprendimiento, no solo los programas del gobierno, sino también en los planes académicos de las Instituciones de Educación Superior. Con ello, se fortalece en los estudiantes universitarios, la capacidad de convertirse en empleadores a partir de la generación de ideas de negocios innovadoras y creativas que respondan a las necesidades de una población.

Por lo anterior, surge la necesidad de conocer el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura en Administración adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana en el campus Coatzacoalcos.

Realizar diagnósticos de esta naturaleza, permitirá generar estrategias que contribuyan, por un lado, al desarrollo del espíritu emprendedor, y a la actualización de los programas de estudio con temas relacionados con la innovación, la creatividad y el emprendimiento. En este contexto, es necesario cuestionar, ¿cuál es el espíritu emprendedor en estudiantes de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos?

3.2 Justificación

El emprendimiento es primordial en todos los sectores productivos de un país: ayuda al crecimiento económico al elevar la competitividad frente a países desarrollados y en vías de desarrollo. Por ello, un sinnúmero de instituciones gubernamentales desde la perspectiva actual y en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se han dirigido a impulsar una cultura emprendedora que habilite a los futuros profesionistas con las competencias integrales necesarias para ser generadores de empleo y contribuyan al crecimiento y desarrollo económico de nuestro país.

Sin embargo, el emprendimiento más allá de ser tarea exclusiva de las instituciones de gobierno también corresponde a las Instituciones de Educación Superior que, como formadores en competencias deben responder a la dinámica del mercado actual egresando profesionistas capaces de diseñar proyectos enfocados a la innovación mediante la investigación y desarrollo, aplicando las TIC y fomentando la creatividad. Con ello, se crean nuevas oportunidades de negocios que generan empleos, hacen frente a los riesgos y obtienen resultados favorables, en términos de económicos y sociales.

Un aspecto que contribuye a la formación de la cultura emprendedora en los estudiantes universitarios es la actualización de los planes y programas de estudio con enfoque de emprendimiento. De ahí, que sea necesario instrumentar estudios diagnósticos que permitan obtener las características predominantes en los estudiantes relacionados con la capacidad de relacionarse socialmente, capacidad de planeación, capacidad creativa, entre otras, con el objetivo de instrumentar acciones de mejora en el contexto de los planes y programas de estudio para implementar nuevos saberes teóricos y mejores metodologías de enseñanza-aprendizaje que fomenten el espíritu emprendedor.

3.3 Objetivos específicos

Determinar el espíritu emprendedor en estudiantes de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana en el campus Coatzacoalcos

3.4 Objetivos específicos

- Determinar en los alumnos de primer y último semestre de la Licenciatura en Administración, la capacidad de relacionarse socialmente, la capacidad de realización personal, la capacidad creativa y la capacidad de planificación.
- Realizar un análisis comparativo de la capacidad emprendedora en alumnos de primer y último semestre de la Licenciatura en Administración.
- Generar propuestas que permitan fortalecer el espíritu emprendedor en los programas de estudio de la Licenciatura en Administración.

3.5 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, 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 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* y en la tesis *Capacidad emprendedora en estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos*.

El instrumento se integra por 26 ítems que son respondidos con una escala de Likert con valores que van del 0 al 5. Se encuentra dividido en cuatro dimensiones principales que determinan la capacidad emprendedora del objeto de estudio (Hinojosa, Gómez, & Contreras, 2009):

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

Dimensión	D1	D2	D3	D4
Ítem	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

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 núm. 1:

Tabla 1. Ítems por dimensión del instrumento *Habilidades emprendedoras*

Fuente: Elaboración propia, 2016

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*

Dimensión	Media	Moda	Mediana	Escala de Evaluación
D1	3.66	4	4	Casi siempre
D2	3.92	4	4	Casi siempre
D3	3.94	4	4	Casi siempre
D4	3.93	4	4	Casi siempre

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.

4. Resultados

A continuación, se muestran los principales resultados obtenidos de la recolección de datos mediante el cuestionario *capacidad emprendedora* aplicado a los alumnos de la Licenciatura en Administración adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración Campus Coatzacoalcos de la Universidad Veracruzana. Para asegurar la confiabilidad de los datos se realizó la comprobación mediante el alfa de Cronbach con el programa estadístico SPSS v.19.0, el cual fue de 0.917 para la población 1 (estudiantes de primer semestre) y 0.948 para la población 2 (estudiantes de octavo semestre).

Las características demográficas para la población 1, fueron: el 90% de los encuestados se encuentran en un rango de edad entre 17 y 19 años. El 65% son mujeres, el 90% han estudiado

en escuelas públicas y el 66% no laboran en alguna empresa. Finalmente, el 65% de los alumnos tienen uno o más parientes con algún negocio propio o trabajan de forma independiente.

Las características demográficas para la población 2, son: el 81% de los encuestados tienen entre 20 y 22 años. El 73% son mujeres, el 98% han estudiado en escuelas públicas, el 34% trabaja medio tiempo mientras que el 51% de ellos, solo se dedican a estudiar. Finalmente, el 58% de los alumnos tienen uno o más parientes con algún negocio propio o trabajan de forma independiente.

En la tabla 3 se presentan los resultados por dimensión en cuanto al nivel de capacidad emprendedora en estudiantes del primer semestre de la Licenciatura en Administración.

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

Dimensión	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: Elaboración propia, 2016

En la tabla 3 se aprecian los resultados de las encuestas en cuanto a los valores reales obtenidos en su aplicación a la población 1, correspondiente a los alumnos de primer 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 4,740 puntos, el valor real obtenido es de 3,475 correspondiente a 73.31% con respecto al valor esperado. La dimensión 2 (D2) contiene 5 ítems con un valor esperado de 1,975, de los cuales se obtuvieron 1553 que corresponden al 78.63% del puntaje ideal. En cuanto a la dimensión 3 (D3) con 4 preguntas, tiene un valor esperado de 1580, se obtuvieron 1249, el 79.05% del valor esperado. Por último, la dimensión 4 (D4) contiene 5 preguntas, con un valor esperado de 1,975 tiene uno real de 1556, correspondiente al 78.78% con respecto al puntaje ideal.

El análisis general de los resultados obtenidos del instrumento aplicado demuestra que el instrumento conformado por 26 preguntas correspondientes a las 4 dimensiones tiene un valor esperado total de 10,270 puntos, se obtienen 8,252 de forma real, lo que corresponde el 80.35% con respecto al puntaje ideal.

En la tabla núm. 4 se presentan los resultados por dimensión en cuanto al nivel de capacidad emprendedora en estudiantes del primer semestre de la Licenciatura en Administración.

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

Dimensión	Ítems	Valor esperado	Valor real	Porcentaje
D1	12	4,740	3,475	73.31%
D2	5	1,975	1,553	78.63%
D3	4	1,580	1,249	79.05%
D4	5	1,975	1,556	78.78%
Total	26	10,270	8,252	80.35%

Fuente: Elaboración propia, 2016

La tabla 4 muestra de forma similar los resultados obtenidos de la población 2, que corresponde a los alumnos de octavo semestre. Como se explicó con anterioridad, los resultados obtenidos con base en las 59 encuestas aplicadas son los siguientes: La dimensión 1(D1) conformada por 12 ítems tiene un valor esperado de 3,540 puntos, el valor real obtenido es de 2,553 correspondiente a 72.11% con respecto al valor esperado. La dimensión 2 (D2) contiene 5 ítems con un valor esperado de 1,475, de los cuales se obtuvieron 1,096 que corresponden al 74.30% del puntaje ideal. En cuanto a la dimensión 3 (D3) con 4 preguntas, tiene un valor esperado de 1180, se obtuvieron 905, el 76.69% del valor esperado. Por último, la dimensión 4 (D4) contiene 5 preguntas, con un valor esperado de 1,475 y valor real de 1103, correspondiente al 74.77% con respecto al puntaje ideal.

El análisis general de los resultados adquiridos del instrumento aplicado demuestra que el instrumento conformado por 26 preguntas correspondientes a las 4 dimensiones tiene un valor esperado total de 7,670 puntos, se obtuvieron 5,657 del valor real, lo que corresponde el 73.75% con respecto al puntaje ideal.

En las tablas 5 y 6 se muestran los datos estadísticos *media*, *moda* y *mediana* de las dos poblaciones, obtenidos de la aplicación del instrumento:

Tabla 5. Datos estadísticos de los resultados por dimensión de la Población 1.

Dimensión	Media	Moda	Mediana	Escala de Evaluación
D1	3.60	4	4	Casi siempre
D2	3.71	4	4	Casi siempre
D3	3.83	4	4	Casi siempre
D4	3.73	4	4	Casi siempre

Fuente: Elaboración propia, 2016

La tabla 5 corresponde a los alumnos de primer semestre. El promedio más alto de las cuatro dimensiones pertenece a la dimensión D3, la cual representa la capacidad creativa. Por otra parte, la dimensión D1 es la que presenta el promedio más

bajo con 3.66, la cual representa la capacidad de relacionarse socialmente. Con respecto a la moda y mediana, el número más repetitivo fue el nivel 4, que en la escala de evaluación corresponde a la respuesta *casi siempre*, siendo este, el de mayor frecuencia.

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

Dimensión	Ítems	Valor esperado	Valor real	%
D1	12	3,540	2,553	72.11%
D2	5	1,475	1,096	74.30%
D3	4	1,180	905	76.69%
D4	5	1,475	1,103	74.77%
Total	26	7,670	5,657	73.75%

Fuente: Elaboración propia, 2016

La tabla 6 corresponde a los alumnos de octavo semestre. El promedio más alto de las cuatro dimensiones pertenece a la dimensión D3, la cual representa la capacidad creativa. Por otra parte, la dimensión D1 es la que presenta el promedio más bajo con 3.60, la cual representa la capacidad de relacionarse socialmente. Con respecto a la moda y mediana, el número que más se repite es el 4, que en la escala de evaluación corresponde a la respuesta *casi siempre*, siendo este, el de mayor frecuencia.

4.1 Análisis crítico

Para analizar los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento *Capacidad emprendedora* de los estudiantes en primer y octavo semestre de la Licenciatura en Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos, es indispensable retomar los datos recabados de las dimensiones del instrumento, así como las tablas presentadas. El grado de capacidad emprendedora que presentan los alumnos objeto de análisis es mayor de 70% con respecto al puntaje ideal del instrumento para que se considere que los alumnos tienen una *alta capacidad emprendedora*.

De acuerdo con la población 1 correspondiente a los alumnos de primer semestre, se puede observar que todas las dimensiones tienen un porcentaje mayor a 70%. El porcentaje menor de esta población es de 73.31%, y corresponde a la dimensión D1. Esto significa que los estudiantes de primer semestre requieren competencias para relacionarse socialmente y capacidad para generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos para desarrollo de proyectos. Además, requieren capacitación para establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso, tales como técnicas de comunicación efectiva, persuasión y elaboración de redes de apoyo y la autoconfianza. Por otra parte, presenta un mayor porcentaje la dimensión D3 con 79.05%, por lo que se dice que tienen una amplia capacidad creativa para sugerir soluciones y planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial al desarrollar la habilidad para sugerir soluciones y planteamientos creativos que permitan obtener el éxito empresarial.

De manera general, se obtuvo un porcentaje global de 80.35% con respecto al puntaje ideal que sugieren los autores del instrumento que es del 100%, alcanzando el rango de una *alta capacidad emprendedora*. La mayoría de estos alumnos

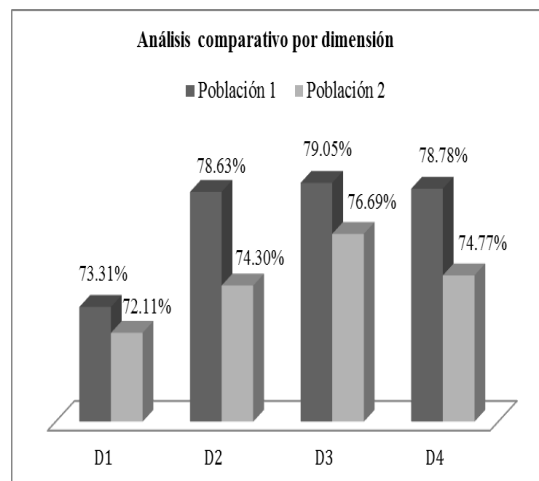
provienen de escuelas públicas y tienen familiares que cuentan con un negocio propio, siendo esta una variable que influye en el desarrollo de la capacidad emprendedora.

De acuerdo con la población 2 que corresponde a los alumnos de octavo semestre, se puede observar que todas las dimensiones tienen un porcentaje mayor a 70%. El porcentaje menor de esta población es de 72.11%, y corresponde a la dimensión D1, esto significa que los estudiantes de octavo semestre requieren, además, de los conocimientos adquiridos en su preparación profesional, competencias para relacionarse socialmente y capacidad para generar estados de ánimo positivos en las personas de su entorno que se traduzcan en compromisos para desarrollo de proyectos. Además, requieren capacitación para establecer vínculos con personas e instituciones que aporten a su progreso, tales como técnicas de comunicación efectiva, persuasión y elaboración de redes de apoyo y la autoconfianza. Por otra parte, presenta un mayor porcentaje la dimensión D3 con 76.69%, por lo que se dice que tienen una amplia capacidad creativa para sugerir soluciones y planteamientos creativos para obtener el éxito empresarial al desarrollar la habilidad para sugerir soluciones y planteamientos creativos que permitan obtener el éxito empresarial.

De manera general, se obtuvo un porcentaje global de 73.75% con respecto al puntaje ideal que sugieren los autores del instrumento que es del 100%, alcanzando el rango de una *alta capacidad emprendedora*. Al igual que los estudiantes de primer semestre, la mayoría de estos alumnos provienen de escuelas públicas y tienen familiares que cuentan con un negocio propio, siendo esta una variable que influye en el desarrollo de la capacidad emprendedora.

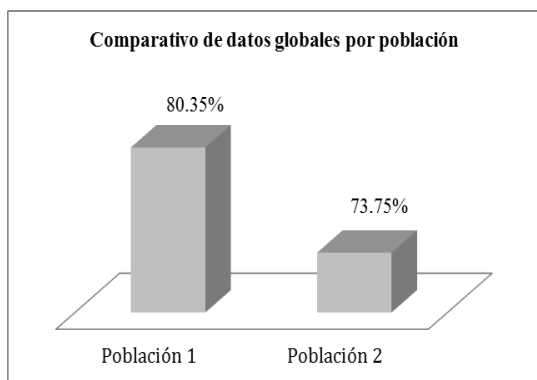
En la tabla 7 se muestra de manera gráfica el análisis comparativo de los niveles de capacidad emprendedora en los estudiantes de primer y octavo semestre de la Licenciatura en Administración.

Tabla 7. Análisis comparativo por dimensión entre las poblaciones uno y dos.



Fuente: Elaboración propia, 2016

Tabla 8. Análisis comparativo entre las poblaciones 1 y 2.



Fuente: Elaboración propia, 2016

Como se puede observar en las tablas 7 y 8, los estudiantes de primer semestre reflejan grados más elevados de emprendimiento a comparación con los estudiantes de octavo semestre. Los datos pueden indicar que, los estudiantes de primer semestre manifiestan un amplio deseo por emprender desde el ingreso a la universidad y, a medida en que avanzan en su formación profesional, los deseos de emprender disminuyen. Lo anterior, como respuesta a la carencia de temas sobre emprendimiento, innovación y creatividad en los programas de estudio que se imparten en la Licenciatura en Administración.

5. Conclusiones

El diagnóstico refiere que los alumnos de nuevo ingreso de la Licenciatura en Administración son los que presentan mayor capacidad emprendedora en comparación con los que están próximos a egresar. Este resultado contradictorio se explica con la necesidad de realizar modificaciones a los programas de estudio, incluyendo Experiencias Educativas que fortalezcan la capacidad creativa como parte de su formación profesional.

Lo anterior se presenta como resultado de la aplicación del instrumento de recopilación de *Capacidad emprendedora* a alumnos de primer y octavo semestre de la Licenciatura en Administración, en el cual se encontró que al iniciar sus estudios universitarios tienen una capacidad emprendedora de 80.35% con respecto al puntaje ideal, mientras que cuando están próximos a egresar de la licenciatura, la capacidad emprendedora disminuye al 73.75% con respecto al puntaje ideal.

Cabe recalcar que, aunque hay Experiencias Educativas enfocadas al emprendimiento, estas no impactan en los jóvenes universitarios para que inicien un negocio y sean fuente generadora de empleos. Por ello, es necesario describir algunas propuestas encaminadas al desarrollo de habilidades de emprendimiento en los estudiantes de la universidad, tales como:

- Reforzar las Experiencias Educativas que abordan la temática sobre emprendimiento, así como añadir nuevas temáticas que

fortalezcan la capacidad emprendedora de los alumnos, inclusive tomar de ejemplo algunas materias impartidas por otras universidades que permiten el desarrollo emprendedor.

- Realizar actividades relacionadas con el espíritu emprendedor, sobre iniciativas de proyectos realizadas por los alumnos, y asesoradas por los docentes, las cuales sean expuestas no solamente en la Facultad, sino a empresas del sector productivo, quienes aporten su opinión sobre la viabilidad del proyecto y los aspectos a mejorar.
- Mantener lazos de cooperación con empresas de la región para formar equipos de trabajo donde participen alumnos principalmente con asesoría de docentes, en los que se desarrollen proyectos de negocios que se puedan hacer realidad en un futuro inmediato.
- Implementar simuladores de negocios que permitan a los alumnos desarrollar habilidades reales en el ámbito de los negocios, así como también, que desarrollen su razonamiento lógico y se orienten a la toma de decisiones en situaciones de riesgo y tensión simulada.
- Invitar a otras universidades y facultades, a sumarse a proyectos emprendedores realizados en la Experiencia Educativa *desarrollo de emprendedores*, esto con el fin de realizar una comparación en cuanto al conocimiento adquirido con relación a otras universidades que realizan actividades similares, lo que permita detectar las áreas de mejora.
- Reorganizar el Programa Educativo y actualizar el contenido de los programas de estudio sobre las necesidades presentes y globalizadas, para fortalecer los temas de emprendimiento, desde el ámbito social hasta el empresarial, así como capacitación a docentes en el tema de emprendimiento y mejoramiento en el proceso de enseñanza-aprendizaje para que los alumnos aprendan mejor.

Finalmente, se reconocen las actividades que realiza la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana Campus Coatzacoalcos para desarrollar el espíritu emprendedor, como son: el foro de emprendedores, donde empresarios de la región exponen a los estudiantes el inicio de su carrera empresarial, así como la feria de emprendedores donde los alumnos muestran y desarrollan sus habilidades empresariales al exponer sus iniciativas de proyectos de negocio y de donde se elige a los representantes de la Facultad en concursos a nivel regional y nacional. Sin embargo, estas iniciativas son insuficientes para incentivar el espíritu emprendedor.

Para que los alumnos adquieran mayor interés y desarrollen habilidades emprendedoras, la Facultad, debe retroalimentar las Experiencias Educativas con actividades que fortalezcan el espíritu emprendedor, como son ponencias relacionadas con la generación y aplicación del conocimiento que atiendan las necesidades de la sociedad, actividades de vinculación con el sector productivo de la región que permitan a los alumnos transitar de los conocimientos teóricos del aula al ámbito profesional. Asimismo, la oferta de Experiencias Educativas enfocadas en la creación e innovación de empresas que conlleven a la formación de la cultura emprendedora, centrando el conocimiento en la innovación debido a que, los estudiantes pueden utilizar las habilidades adquiridas para estimular su capacidad emprendedora.

Bibliografía

- Aguilar, D. M. (2016). <https://labourlaw.unibo.it/article/view/6496/6283>. Recuperado el 28 de febrero de 2017, de file:///I:/Resultados%20Proyecto/Revista%20EFAN%202017/6496-19496-1-PB.pdf
- Álvarez, C. G. (16 de agosto de 2016). *Emprendimiento ¿Social?* Recuperado el 28 de febrero de 2017, de <http://entretextos.leon.uia.mx/num/23/PDF/ENT23-3.pdf>: <http://entretextos.leon.uia.mx/num/23/PDF/ENT23-3.pdf>
- Cabana, & Cortés. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras y potenciales en alumnos de Centros de Educación Superior.
- Contreras, C. A., González, M. O., & Álvarez, G. J. (2016). <http://repec.economicsofeducation.com/2016badajoz/11-12.pdf>. Recuperado el 28 de febrero de 2017, de <http://repec.economicsofeducation.com/2016badajoz/11-12.pdf>
- Dolores, S. A. (2014). *Capacidad emprendedora en estudiantes de Administración del Instituto Tecnológico de Minatitlán*.
- Guerra, O. L., Hernández, D., & Treviño, C. G. (2015). Incubadora de empresas: vía para el emprendimiento. *Revista Universidad y Sociedad*, 114.
- 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., Postigo, S., Federici, J., & Tamborini, M. (2002). *El surgimiento de emprendedores de base universitaria*. Obtenido de [http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20\(Espa%F1ol\).pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/pdfespa%F1ol/Paper%20RENTXVI%20(Espa%F1ol).pdf)
- Krauss, C. (2011). *Dialnet*.
- Marín, S. J. (2014). *Capacidad Emprendedora en estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración*.
- Morales, S. T. (01 de Junio de 2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento y Gestión*(38), 207.
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez-Benet, M. (2016). <http://scielo.isciii.es/scielo.php>. Recuperado el 28 de febrero de 2017, de http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0212-97282016000100021&script=sci_arttext&tlng=pt
- Olmos, R. (2009). *Revista UCM*.
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento. Concepto y plan de negocios*. México: Pearson.
- Rodríguez. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y gestión*(26), 119.
- Rodríguez, A., & Ojeda, A. (Octubre- Diciembre de 2013). Emprendimiento Social: un concepto en busca de sostenibilidad. *Debate IESA*, XVIII(4).
- Rodríguez, C., & Prieto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Scielo*.
- Sampieri. (2010).
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Sánchez, L. J., Jarquín, M. A., Mota, R. I., & Alonso, G. A. (2016). Capacidad emprendedora en estudiantes de Licenciatura en Gestión y Dirección de Negocios de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana campus Coatzacoalcos. *VinculaTégica EFAN*, 1090-1115.
- Secretaría Pyme y Desarrollo Emprendedor. (2014). *Emprendiendo. Herramienta para emprendedores en formación*. Córdoba, Argentina.
- Sobrado, L., & Fernández, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos. *Educación XXI*, 13(1).
- Torres, H. M. (2016). *Biblioteca digital: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla*. Recuperado el 28 de febrero de 2017, de file:///I:/Resultados%20Proyecto/Revista%20EFAN%202017/21628-30701-1-PB.pdf