



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA
*SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE
POSGRADO*

“PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATÉGICO PARA EL ÁREA DE
EMPRENDIMIENTO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA
DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA”

DIRECTOR:

M. A. Maricela Reséndiz Ortega

TESIS:

Para Obtener el Grado de
Maestro en Administración

PRESENTAN:

Martín César Hernández Miranda
Julio César Larios Bonilla

Puebla, Pue., octubre 2015

BUAP

Facultad de Contaduría Pública

Dr. Jacinto García Flores

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado
Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Directora de Tesis** denominada: "PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATÉGICO PARA EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA", elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombres:

HERNÁNDEZ MIRANDA MARTÍN CÉSAR
LARIOS BONILLA JULIO CÉSAR

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 17 de Septiembre de 2015

Atentamente

M.A. Maricela Reséndiz Ortega



Dr. Jacinto García Flores

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado
Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Asesor de Tesis** denominada:
"PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATÉGICO PARA EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO DE LA FACULTAD DE
CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA ", elaborada por
los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombres:

HERNÁNDEZ MIRANDA MARTÍN CÉSAR
LARIOS BONILLA JULIO CÉSAR

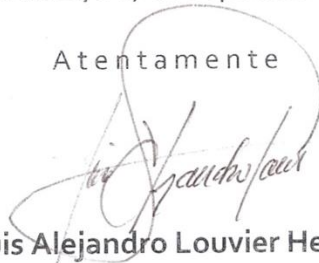
Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos
y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se
continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 17 de Septiembre de 2015

Atentamente



M.A. Luis Alejandro Louvier Hernández



Dr. Jacinto García Flores

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado
Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Asesora de Tesis** denominada: "PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATÉGICO PARA EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA ", elaborada por los alumnos de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN** de nombres:

HERNÁNDEZ MIRANDA MARTÍN CÉSAR
LARIOS BONILLA JULIO CÉSAR

Informo a Usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Agradezco de antemano la atención prestada a la presente.

Sin otro particular, quedo de Usted.

H. Puebla de Z., a 17 de Septiembre de 2015

Atentamente



Dra. María de Jesús Ramírez Domínguez





BUAP

Oficio No. FCP-SIEP/104/15
Asunto: Digitalización de Tesis

**C. MARTÍN CÉSAR HERNÁNDEZ MIRANDA
JULIO CÉSAR LARIOS BONILLA**

PRESENTE

Por medio del presente tengo a bien comunicarle que se autoriza la digitalización en formato PDF, de la tesis denominada **“PROPUESTA DE UN MODELO ESTRATÉGICO PARA EL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA”**, a fin de sustentar el examen profesional para obtener el grado de **MAESTROS EN ADMINISTRACIÓN**.

Sin más por el momento, quedo de ustedes.

ATENTAMENTE

“Pensar Bien, Para Vivir Mejor”

H. Puebla de Z., 02 de octubre de 2017


DR. JACINTO GARCÍA FLORES

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado.



c.c.p. SIEP
ECA/ERR*

Facultad
de Contaduría
Pública

Bld. Valsequillo 70,
Col. Universidades,
Ciudad Universitaria,
Puebla, Pue. C.P. 72570
01 (222) 229 55 00 Ext. 5552

DEDICATORIA

Para quien representa en mi la mayor fortaleza contra todos los obstáculos, quien nunca dejó de luchar por su vida y logró lo imposible, mi niña Diamandy; para quien es mi mejor ejemplo y mi admiración máxima, mi hija Miranda; para quien es mi más grande orgullo y apoyo, mi hijo César; para mi corazón el amor de mi vida presente y futura si volviera a nacer, mi esposa Diamandy.

Para mis ausentes que esperándome están.

Para Dios que siempre está con nosotros.

Para Julio amigo mío.

MARTÍN CÉSAR HERNÁNDEZ MIRANDA

A Dios; toda la honra y toda la gloria... porque de Él somos y para Él somos.

A mi esposa Cecilia; por su amor y apoyo incondicional en cada uno de los retos que hemos vivido como pareja, gracias por estar presente y por impulsarme a ser mejor esposo, compañero y amigo. Gracias amor.

A mis padres Julio y Tere; por ser guías y maestros a lo largo de todos los trayectos de mi vida siempre positivos y siempre impulsándonos a ser mejores, los amo.

A mis hermanos Marco, Iván y Anna; por estar presentes en todas estas etapas y formar parte de todos los logros... somos familia y siempre lo seremos.

A mi colega y amigo César Hernández; por su amistad y profesionalismo que nos ha permitido salir adelante en todos los proyectos que hemos colaborado, gracias por todo.

JULIO CÉSAR LARIOS BONILLA

Índice

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVOS	10
1. OBJETIVO GENERAL	10
2. OBJETIVOS PARTICULARES.....	10
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	11
HIPÓTESIS	12
VARIABLES	12
1. VARIABLE INDEPENDIENTE	12
2. VARIABLE DEPENDIENTE	12
DISEÑO METODOLÓGICO	13
ALCANCES Y LIMITACIONES	14
1. ALCANCES.....	14
2. LIMITACIONES	14
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	15
1.1. MARCO HISTÓRICO.....	15
1.1.1. <i>La historia empresarial</i>	15
1.2. EL EMPRENDEDOR.....	17
1.3. ACTITUD.....	20
1.4. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	22
1.4.1. <i>Teoría clásica del empresario (Siglo XVIII y Siglo XIX)</i>	22
1.4.2. <i>La escuela de Harvard (Siglo XX)</i>	23
1.4.3. <i>Auge de la investigación académica</i>	23
1.5. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL PROBLEMA	26
1.6. CONDICION ACTUAL SOBRE EMPRENDIMIENTO EN LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BUAP ..	29
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE	31
2.1. CLASIFICACIONES Y TEORÍAS SOBRE EMPRENDIMIENTO Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	32
2.1.1. <i>Low y MacMillan</i>	32
2.1.2. <i>Stevenson y Jarillo</i>	33
2.1.3. <i>Veciana y Díaz</i>	33
2.1.4. <i>Teoría del Desarrollo Económico</i>	34
2.1.5. <i>Teoría de los rasgos de personalidad</i>	36
2.1.6. <i>Modelo de la triple hélice</i>	36
2.1.7. <i>Teoría de redes</i>	37
2.1.8. <i>Teoría de las incubadoras</i>	38
2.2. EMPRENDIMIENTO	39

2.3. LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ALUMNOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR	39
2.4. FACTORES EXÓGENOS QUE AFECTAN EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS	41
CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	44
3.1. TIPO DE ESTUDIO	44
3.2. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	44
3.2.1. Selección de la muestra.....	44
3.2.2 Recolección de datos.....	44
3.2.3. Integración del instrumento.....	45
3.2.3.1. Confiabilidad del instrumento.....	45
3.2.3.2 Validez del instrumento.....	45
3.2.3.3. Validez de contenido	46
3.2.3.4. Validez de criterio.....	50
3.2.3.5. Validez de constructo	50
3.3. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	51
3.4. CODIFICACIÓN DE DATOS.....	51
3.5 BORRADOR DE DATOS.....	51
3.6. ANÁLISIS DE LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	51
CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	53
4.1. PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
4.1.1. <i>Objetivo General</i>	53
4.1.2. <i>Objetivos específicos</i>	53
4.2. ESTRUCTURA.....	53
4.2.1. <i>Variables de investigación</i>	53
4.2.1.1. Resultados de la aplicación del instrumento de medición	53
4.2.1.1.1. Primera parte: estadística descriptiva y tablas de contingencia.	54
4.2.1.1.2. Segunda parte: variable conceptual	114
4.3. PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ALUMNOS ASOCIADO A LA ACTITUD EMPRENDEDORA.....	116
4.4. PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS	121
4.5. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA GENERAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM).....	128
4.5.1. <i>Emprendimiento en México</i>	132
4.5.2. <i>Emprendimiento universitario</i>	141
4.6. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA BUAP.....	142
4.7. ACEPTACIÓN O NO DE LA HIPÓTESIS.....	143
4.8. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS	145
CAPÍTULO V. HACIA UNA PROPUESTA	147
5.1. SISTEMATIZACIÓN DE LA PROPUESTA	147
5.1.1. <i>Resultados relevantes de la investigación</i>	147
5.1.2. <i>Implicaciones teóricas de la investigación</i>	148
5.2. ESQUEMA DE LA PROPUESTA.....	152
5.3. MODELO ESTRATÉGICO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO BASADO EN COMPETENCIAS.....	152
5.3.1. <i>Fundamento del Modelo</i>	154
5.3.2. <i>Emprendimiento Académico</i>	158
5.3.3. <i>Investigación y emprendimiento regional</i>	161
5.3.4. <i>Programas y talleres de emprendimiento</i>	165
CONCLUSIONES	174

1. DETECCIÓN DE LAS CONDICIONES EXÓGENAS QUE AFECTAN EL EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS.	174
2. DEFINIR EL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ALUMNOS ASOCIADO A LA ACTITUD EMPRENDEDORA.	175
3. DEFINIR LA PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS	175
4. DEFINIR LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA.....	175
RECOMENDACIONES.....	177
REFERENCIAS.....	178
DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	183
ANEXOS.....	184
ÍNDICE DE FIGURAS.....	189
ÍNDICE DE TABLAS	190
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	197

RESUMEN

Un factor de alto impacto de la economía en países emergentes como México, es sin duda, el generar las condiciones idóneas a la sociedad y a los inversionistas para la creación de empresas.

Las Universidades en nuestro país, enfrentan dentro de la perspectiva educativa, el reto no solamente de preparar a sus alumnos como profesionistas altamente competitivos, sino también como generadores de ideas de negocio a la par de su formación académica, convirtiéndose con esto en actores fundamentales dentro de la economía nacional, creando empresas, generando empleos, o bien innovando dentro de sus áreas de influencia profesional gracias a las habilidades y competencias adquiridas durante su formación y experiencia.

La Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, no es ajena al compromiso de transmitir conocimiento y herramientas para emprender en beneficio de sus alumnos y la sociedad en su conjunto.

Sin embargo y al ser temas sustancialmente de gran cambio, es necesario estar a la vanguardia en ellos, que no solamente provoquen interés por emprender, también es importante detectar aquellas áreas de influencia que podrían en un momento dado potenciar positiva o negativamente la actitud emprendedora en los alumnos, de tal forma que la presente investigación tiene como fundamento, el proponer un Modelo estratégico cimentado en la actividad emprendedora de la Facultad, y que además de ser una institución de alto reconocimiento nacional e internacional, también sea considerada como Facultad emprendedora.

ABSTRACT

A high impact factor of the economy in emerging countries such as Mexico, is undoubtedly create the right conditions for society and investors for developing business.

Universities in our country face within the educational perspective the challenge of not only to prepare students for being highly competitive professionals, but also being generators of business ideas alongside their academic training, as well as generating business ideas alongside their academic training, for becoming major players in the national economy, creating companies and jobs or innovating within their areas of influence through professional skills and competences acquired during their training and gained experience.

The Public Accounting Faculty of the Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, is no stranger to the commitment of transmitting knowledge and tools for entrepreneurship in benefit of students and society as a whole.

However and being subjects substantially of great change, we must be at the forefront of them, which not only cause interest to entrepreneurship. It is also important to identify those areas of influence that at some point could boost positively or negatively entrepreneurship in students, so that the present research mainly proposes a Strategic Model based on the Entrepreneurial Activity of the Faculty, and in addition to being an institution of high national and international recognition it is also considered as an Entrepreneurial Faculty.

INTRODUCCIÓN

El campo laboral es tan demandante y competitivo que ha obligado a los candidatos recién egresados a demostrar preparación, profesionalismo, ética y competencias amplias. La actitud emprendedora es fundamental, el emprendedor debe poseer la capacidad de visualizar oportunidades, analizar recursos, elaborar proyectos, ser líder, encontrando la vinculación idónea entre los diferentes factores internos y externos que se le presenten.

Tanto las Universidades privadas como públicas ponen especial énfasis en promover las habilidades emprendedoras de sus alumnos, tal es el caso de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP), entre otras.

La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), asume y defiende con convicción que la educación superior y la investigación científica son un factor clave para el desarrollo socioeconómico y equitativo de nuestro país, proponiendo y fortaleciendo sus estructuras curriculares, capaces de evolucionar para alcanzar una mayor flexibilidad e incorporar otras opciones innovadoras que respondan al desarrollo de la sociedad en su conjunto (Modelo Universitario Minerva (MUM), documento de integración, 2009; 45).

Motivar la actitud emprendedora en los alumnos de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, cobra singular relevancia ante las actuales condiciones laborales, donde las oportunidades de trabajo no son del todo accesibles para los egresados. Las exigencias globales están creando una tendencia hacia la auto generación de oportunidades de desarrollo, por supuesto contando con el soporte de una excelente preparación académica, que a la par de la formación y transmisión del conocimiento especializado del área contable, se genere en el alumnado, por medio de estrategias bien definidas alternativas en el campo laboral y/o el auto empleo, poniendo en marcha una idea de negocio rentable.

El objeto de la presente investigación, tiene como eje fundamental el proponer un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en la que de manera clara y lógica se pueda fomentar el emprendimiento en los alumnos de Licenciatura.

La actitud en los alumnos que de alguna forma determina el grado intencional de emprender, tiene estrecha relación con su auto motivación y el entorno en el que se desarrolla. Al identificar las barreras exógenas del individuo, que por causales de índole social, familiar, edad por mencionar solo algunas, se convierten en factores clave que afectan directamente su actitud e intención de emprender, nos permita generar aquellas estrategias en la actividad emprendedora que proporcionen en primera instancia un vínculo alumno-Área de Emprendimiento de la Facultad, mediante una adecuada promoción del emprendimiento, y finalmente definir los aspectos de dicha actividad emprendedora, que dé paso a las estrategias de apoyo relacionadas a la generación de ideas de negocio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad la actitud emprendedora es fundamental en las economías globalizadas, las Universidades privadas y públicas realizan grandes esfuerzos para potenciar las habilidades y competencias emprendedoras en sus alumnos. El propósito es que los egresados de estas instituciones logren posicionarse en puestos de trabajo de alta gerencia y liderazgo, o bien, en crear por cuenta propia o uniendo esfuerzos multidisciplinarios negocios o empresas en beneficio mutuo y social. La tendencia que la globalización impone, es crear nuevas condiciones económicas, culturales, políticas y sociales, obligando a las Instituciones de Educación Superior (IES) a asumir retos, cambiar paradigmas y elevar estándares de calidad educativa para dirigirlos hacia la formación integral del individuo, y como consecuencia de ello contribuyan al mejoramiento de las condiciones de vida de su entorno.

La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), es una Institución de Educación Superior cuya sede se encuentra en la ciudad de Puebla, es un organismo público autónomo del Estado, en cuyos principios de investigación y libertad de cátedra alcanza a todas las corrientes del pensamiento con un enfoque objetivo y no partidista.

Fue en el año de 1993, cuando el Dr. José Doger Corte reelegido como Rector de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), expresa el cambio pragmático e ideológico que la Universidad quería implementar “De la Universidad democrática, crítica y popular, a la Universidad de excelencia con compromiso social” (Doger, 1993: VI). Nace el “Proyecto Fénix”, enmarcado en un discurso que trazó una frontera entre la nueva y la vieja Universidad, actualizando prácticas gerenciales, procesos, estructuras institucionales, actitud y conducta de todos los involucrados. La transformación académica de la BUAP implicó un “examen crítico de sus tradiciones académicas e institucionales, un diagnóstico certero de las fortalezas y debilidades; la revisión, selección e integración de valores y creencias universitarias” (Proyecto Fénix, 1994; 14).

Los lineamientos, principios y objetivos generales del “Proyecto Fénix” se pusieron en operación a través de siete líneas de acción:

1. Una reforma curricular.
2. Programas de investigación y estudios de posgrados.
3. Mejoría de estándares académicos.
4. Mejoría del personal académico.
5. Desarrollo de un plan integrado para fortalecer y actualizar la infraestructura académica.
6. La promoción de corresponsabilidad social.
7. El esfuerzo de la reforma gerencial.

En los siguientes años estos lineamientos derivaron en muchos proyectos concretos. Los semestres son sustituidos por cuatrimestres para incluir un período adicional (verano), con el fin de adelantar materias y terminar en un período de tres años su formación profesional. Para adquirir habilidades se introdujo un Tronco Común Universitario, con aprendizajes como una segunda lengua, manejo de computadoras y las materias: Globalización, Derechos Humanos y Ecología.

Se diseñaron sistemas de créditos y la obligatoriedad de cursos comunes para todos los alumnos, la política de admisión de puertas abiertas fue reemplazada por exámenes de admisión, se sistematizaron varias áreas administrativas como la de servicios escolares, se elaboraron manuales de reglas administrativas para estandarizar, racionalizar y simplificar los procedimientos, la adquisición de equipo de cómputo redujo costos de tal forma que la Universidad mejoró notablemente su productividad.

El Modelo Universitario Minerva (MUM) se elaboró a partir del reconocimiento de las aportaciones efectuadas durante el Proceso de Reforma Universitaria, el “Proyecto Fénix” y el “Proyecto de Profesiones 2000”; y considerando los resultados de las consultas realizadas por el Honorable Consejo Universitario en 2004. En mayo de 2005, se presentó una propuesta al Consejo de Docencia que abrió la discusión para la construcción de un modelo educativo (Modelo Universitario Minerva, documento de integración, 2009; 7).

El MUM es la respuesta de la BUAP a los desafíos internos, externos actuales y futuros, a partir de una amplia participación de la comunidad universitaria.

Particularizando en el Nivel Superior, el MUM propone una estructura curricular que considera los siguientes puntos:

- Orientación social participativa.
- Organización curricular correlacionada.
- Currículo transversal.
- Administración curricular por sistema de créditos.
- Administración temporal: cuatrimestral, semestral, anual.
- Niveles básico y formativo.
- Salidas laterales.

Esta propuesta curricular tiene ventajas de poder evolucionar para alcanzar una mayor flexibilidad e incorporar otras opciones innovadoras y que respondan al desarrollo de la sociedad en su conjunto (Modelo Universitario Minerva, documento de integración, 2009; 45).

Para esta organización se propone integrar al currículo los siguientes elementos:

1. Asignaturas disciplinarias (obligatorias y/o optativas).
2. Área de integración disciplinaria.
3. Formación general universitaria conformada por cinco unidades didácticas.
4. Ejes transversales con un total de cinco ejes.
5. Servicios universitarios de apoyo a la formación integral.
6. Escenario de desarrollo.

La BUAP asume y defiende con convicción que la educación superior y la investigación científica son un factor clave para el desarrollo socioeconómico y equitativo del país.

El campo laboral es tan demandante y competitivo que ha obligado a los candidatos a demostrar preparación, profesionalismo, ética y competencias

amplias. La actitud emprendedora es fundamental, el emprendedor debe poseer la capacidad de visualizar oportunidades, analizar recursos, elaborar proyectos, ser líder, encontrando la vinculación idónea entre los diferentes factores internos y externos que se le presenten.

Para entender qué es un Emprendedor es importante plantearnos la siguiente pregunta ¿La actitud emprendedora es algo innato, o se puede adquirir y fomentar con el desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras?

De acuerdo a Diana M. González Salazar, en su libro Plan de Negocios para Emprendedores al Éxito (Salazar, 2007), “Emprendedor es el que hace que las cosas sucedan”.

Hay gente que nace, con ciertas capacidades para hacer negocios. La mayoría tiene que prepararse y capacitarse, para desarrollar habilidades que les permitan la transición nada fácil de ser empleados a emprendedores y empresarios.

La Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, contempla como objetivo general dentro del MUM; formar profesionales competitivos no sólo para el presente, sino para el futuro, con conocimientos, habilidades, actitudes y valores en Contaduría Pública, que realicen práctica interdisciplinaria con aprovechamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC´s), capaces de diseñar, aplicar, evaluar y dar seguimiento a los procesos contables, fiscales, financieros y administrativos, que apoyen la toma de decisiones en toda organización a través del trabajo en equipo y generen un espíritu emprendedor, actuando siempre con sentido ético, crítico, creativo, estético, multicultural y humanista en un proceso de superación y educación continua así como el autoaprendizaje, que le permita brindar un servicio de calidad en el marco de equidad, pertinencia, responsabilidad, obligación personal y profesional, contribuyendo así al desarrollo económico y social, local, regional, nacional e internacional.

Por todo lo anterior, es importante hacer una propuesta integral dirigida al Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en la que de manera clara y lógica se pueda

fomentar el emprendimiento en los alumnos, dentro de un Modelo estratégico que contemple lo siguiente:

1. Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.
2. Definir el perfil emprendedor en los alumnos asociado a la actitud emprendedora.
3. Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos.
4. Definir los aspectos más importantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública.

JUSTIFICACIÓN

En el pasado reciente las economías mundiales se vieron afectadas drásticamente, consecuencia de la llamada “Crisis Subprime”, su inicio fue en el mes de agosto de 2007, disparando una crisis financiera en el 2008 que a su vez desencadenó una crisis económica a nivel mundial en ese mismo año, y que en el presente aún se sienten sus efectos en algunos países, lo anterior pone de manifiesto la vulnerabilidad de todas las naciones ante un evento de esta naturaleza, cuyas peores consecuencias las sufren los trabajadores y sus familias por la quiebra de empresas y la pérdida de empleos, por otro lado los jóvenes recién egresados por la falta de oferta de trabajo, y la sociedad en su conjunto por las recesiones que presiden ante estos acontecimientos.

Ante estos escenarios es necesario replantear el camino en la formación de los alumnos, fortalecer las estructuras académicas, incentivar, promover la participación y contacto de especialistas en el área de generación de valor a través del conocimiento y desarrollo de habilidades y actitudes emprendedoras, a través del desarrollo de estrategias de aprendizaje que promuevan interés, competencias y habilidades en los alumnos, para formar un futuro prometedor, teniendo oportunidades de desarrollo profesional y empresarial.

Romper con el paradigma en los egresados que se enfrentan ante la disyuntiva de encontrar un buen empleo acorde a su formación académica o dedicarse a otras actividades ajenas a su formación. Los alumnos lidian con situaciones que nunca fueron previstas y resueltas en las aulas, como la falta de empleos, desestabilización económica, inflación, crisis económica, globalización, sólo lo entienden conceptualmente, la inexperiencia laboral los etiqueta negativamente para ser prospectos confiables y útiles para las empresas.

Aprender de los errores del pasado permite enfrentar de mejor manera el futuro, es por eso que el momento de cambiar actitudes ha llegado, proveer a los alumnos de una mayor variedad de herramientas educativas es inaplazable, el egresado debe ser audaz, creativo, curioso, sin miedo al fracaso para iniciar por

cuenta propia o en equipo multidisciplinario, un proyecto de negocio que los posiciona en ventaja sobre los demás, en el sentido de contar a la par de su formación académica, con todo lo necesario para incursionar en el ámbito empresarial.

La presente investigación busca proponer un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que promueva en los alumnos una mejor actitud hacia el emprendimiento, por medio de estrategias y/o actividades, estructuradas dentro de las actividades emprendedoras de la Facultad.

OBJETIVOS

1. Objetivo general

Proponer un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en sus alumnos, en torno a las actividades emprendedoras de la Facultad.

2. Objetivos particulares

1. Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.
2. Definir el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora.
3. Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos.
4. Definir los aspectos más importantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Por qué los alumnos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, no generan proyectos emprendedores exitosos?
2. ¿Qué estrategias y/o actividades de aprendizaje pueden suministrar conocimiento a los alumnos para promover el emprendimiento?
3. ¿Cuáles son las actividades emprendedoras más relevantes que debe realizar la Facultad de Contaduría Pública para generar un vínculo de seguimiento y puesta en marcha de proyectos emprendedores con los alumnos?

HIPÓTESIS

El desarrollar un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en los alumnos, generará herramientas de aprendizaje para incentivar la actividad emprendedora y como consecuencia crear alternativas de desarrollo profesional en los egresados.

VARIABLES

1. Variable independiente

Desarrollo de un Modelo Estratégico para fomentar el emprendimiento en los alumnos de Licenciatura de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

2. Variable dependiente

1. Generación de herramientas de aprendizaje para incentivar la actividad emprendedora.
2. Creación de alternativas de desarrollo profesional en los egresados

DISEÑO METODOLÓGICO

Tomando en cuenta el problema de investigación, y la descripción de los objetivos, el presente trabajo de investigación será de los siguientes tipos:

- Descriptiva, mediante la aplicación de una encuesta o cuestionario, que integre las variables que nos permita identificar las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.
- Explicativa, determinando las causas y efectos en virtud de los hechos que afectan la promoción del emprendimiento en los alumnos por parte de la Facultad de Contaduría Pública.
- Explicativa, propone las actividades emprendedoras que generen un vínculo con los alumnos.

ALCANCES Y LIMITACIONES

1. Alcances

El alcance de este trabajo de investigación, se centraliza en el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, y su población estudiantil del Área de Finanzas de Licenciatura.

2. Limitaciones

Este trabajo solamente se limita a desarrollar la Propuesta del Modelo estratégico, no a su implementación.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. Marco histórico

1.1.1. La historia empresarial

La historia empresarial se origina en Inglaterra en los años 1920, con temas sobre la historia de los empresarios especialmente en el caso de aquellos que fueron innovadores tecnológicos, por otra parte, se realizaron estudios sobre la historia de empresas a finales de los años 1920, y hasta después de la Segunda Guerra Mundial, por autores británicos y norteamericanos a partir de análisis de casos o de tipo sectorial.

El economista austriaco-norteamericano, Joseph A. Schumpeter (1950), siendo profesor en la Universidad de Harvard, en los años 1950, genera un verdadero interés por los empresarios exitosos como campo de estudio académico, denominándolo “*entrepreneurial history*”, desembocando en la publicación de una revista con ese título y numerosas monografías. Los estudios más sistemáticos se realizaron en las “business schools”, que aparecieron en los países más avanzados, especialmente en las Universidades norteamericanas desde los años de 1950. Uno de los más destacados fue Alfred Chandler (1962), quién desde el Sloan School of Business of Massachusetts Institute of Technology, y posteriormente desde el Business School de la Universidad de Harvard, realizó una serie de investigaciones fundamentales sobre la historia de las grandes empresas norteamericanas que habrían de sentar escuela.

En Europa la historia de empresas cobra impulso en los años 1960 en adelante, en Gran Bretaña, Alemania, países Escandinavos, Italia y Francia se formaron grupos de trabajo importantes por sector económico.

En España, el estudio de la historia empresarial toma fuerza en los años 1990, con Aceña y Comín (1991), García Ruíz (1994). Valdaliso y López (2000), Valdaliso se centra en temas como la competitividad empresarial, los grupos empresariales, la reconversión industrial, el cambio técnico, los emprendedores y la industrialización, sus análisis se realizan:

“desde una perspectiva histórica a largo plazo o, en otras palabras, desde una perspectiva dinámica, schumpeteriana. Se analizará el cambio empresarial, entendiendo por tal el cambio económico producido por la interacción (sistémica) de las empresas, las tecnologías y las instituciones (Valdaliso y López, 2003, p.19)”.

En América Latina, los estudios han sido tardíos y desiguales, como lo señala Carlos Dávila y Colin Lewis (2005), con ensayos de síntesis sobre la historiográfica de las empresas en varios países de la región. Cabe destacar que Dávila argumenta que ha sido en México donde se han producido mayor número de estudios (libros, artículo, monografías) en esta disciplina.

En México, el proceso de conformación de historia empresarial y de empresas ha sido gradual, a finales de los años 1970, se comienza a realizar trabajos sobre historia empresarial en nuestro país (Cardoso, 1978). En los años 1980 un grupo de sociólogos, impulsados por el Comité Mexicano de Ciencias Sociales (Comecsos), realizó reuniones, emergiendo de ellas una literatura sobre la sociología de las élites, en particular de los empresarios mexicanos. Un volumen pionero en este estudio editado por Ricardo Pozas y Matilde Luna (1991) refleja una visión de conjunto. El enfoque tendía a privilegiar a la sociología e historia empresarial más que a la teoría e historia de empresas, dando pie a un mejor conocimiento de la naturaleza y los cambios de los grupos de poder regionales en un país diverso.

Un diverso grupo de historiadores comienza a ahondar en este tema utilizando fuentes escasamente exploradas, especialmente los archivos notariales, donde encontraron datos importantes para la reconstrucción de las fortunas de los empresarios de antaño, algunas investigaciones en particular fueron sobre Monterrey y su entorno por Mario Cerruti (1992b,1992,2000), y otro grupo de historiadores que investigaron sobre otras regiones del país (Flores, 2001; Guadarrama, 2001; Huerta, 2003; Parra, 2003; Uribe, 2003; Valerio, 2002; Romero Ibarra, 2003 y 2003b).

Cabe señalar, que hoy día, existen un gran número de investigadores que trabajan la sociología de los empresarios, tradición que se consolidó en los años

1980, impulsada mayormente por sociólogos y científicos políticos con gusto por la historia. También deben mencionarse nuevos campos de estudio como son el de la “cultura empresarial”, terreno en el que los trabajos de Marcela Hernández han sido pioneros (Hernández, 2003).

Sobre esta literatura, existen revistas especializadas, siendo una de las más importantes en su tiempo la *Revista Siglo XIX* y los *Cuadernos Siglo XIX*, que fueron dirigidos por Mario Cerruti (1986-1996) durante más de un decenio. Otras publicaciones seriales con amplia referencia son el *Boletín de Fuentes de Historia Económica de México* (publicado en El Colegio de México entre 1991 y 1994) y desde entonces la *América Latina en la Historia Económica, Revista de Investigación y Fuentes* publicado por el Instituto Mora. A partir de la constatación de una bibliografía rica y diversa, podrá afirmarse que la disciplina de la historia empresarial y de empresas está comenzando a alcanzar un nivel boyante.

Actualmente se tiene conciencia del papel preponderante que juega en el desarrollo económico de nuestro país la formación de empresarios y la creación de más empresas. Basta con hacer una comparación entre aquellos países en los que las iniciativas empresariales son abundantes, estas detonan un mayor crecimiento económico, el caso contrario sucede cuando dichas iniciativas son escasas, mal estructuradas y que al ponerlas en marcha su duración es efímera, dando como resultado un crecimiento económico lento.

1.2. El emprendedor

Existen diversas definiciones sobre lo que es emprendedor, sin embargo todas ellas van ligadas hacia lo que sería el perfil emprendedor y la actitud emprendedora, es decir, se le atribuyen características, comportamientos y actitudes como: deseos de superación, creatividad, innovación, riesgo, liderazgo, hábil, apto entre otros.

La palabra *emprendedor* proviene del vocablo francés “*entrepreneur*”, cuya traducción al español podría ser “*pionero*”.

Otro origen de la palabra emprendedor, se le atribuye al economista irlandés-francés Richard Cantillon (1775), en su obra *Ensayo sobre la naturaleza del*

comercio en general, siendo el primero en considerar el término dentro de la economía, de tal forma que es:

“un agente que compra medios de producción a precios que son inciertos en el momento en que se compromete a sus costos. (Rodríguez, 1999, p. 3)”

El economista francés Jan Baptiste Say (1803), en su obra *Tratado de economía política* menciona que el *entrepreneur*, era también un líder que atraía a otras personas, con el objetivo de constituir organizaciones productivas (Say, 1964, citado por Rodríguez, 1999).

Economistas ingleses, como Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill (1776), interpretaron el término como “Gerentes de negocios”. Concluyendo posteriormente que habían subvalorado el significado que en francés tenía el concepto de emprendedor.

“Mill enfatizó más la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico. Expresó que el desarrollo del entrepreneurship requiere habilidades no comunes y lamentó la inexistencia de una palabra en el idioma inglés que tuviera el mismo significado que el término “entrepreneur” en francés. (Rodríguez y Jiménez, 2005, p. 87)”.

En 1890 Alfred Marshall economista británico, en su obra *Principios de Economía*, reconoce la importancia de los emprendedores en los procesos productivos. Marshall considera cuatro factores necesarios para la producción, tierra, trabajo, capital y organización. Considera que los *entrepreneur* tienen habilidades especiales, capaces de actuar bajo condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información completa, siendo pocas las personas que poseen esas cualidades. Sin embargo “reconoció que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades” (Rodríguez y Jiménez, 2005, p. 87).

Frank Knight, economista estadounidense, en su tesis doctoral nombrada *Riesgo, incertidumbre y beneficios* (1921), considera que el empresario es la persona que asume riesgos no asegurables de la producción, cuyo papel es dinámico en esencia, desarrollando una teoría dinámica del beneficio empresarial.

Para Knight, el empresario es el receptor del beneficio puro, como ingreso residual, después de haber descontado todos los gastos, es el capitalista que busca su beneficio y no teme asumir riesgos en un mercado dinámico. Sobre esta línea Knight:

“Proveyó dos grandes contribuciones al pensamiento emprendedor: la primera asociada enfáticamente a la distinción entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable; la segunda, al adelantar una teoría de las ganancias que relaciona la incertidumbre no asegurable con el veloz cambio económico, por un lado, y con las diferencias de la habilidad empresarial por el otro. (Rodríguez y Jiménez, 2005, p. 76)”.

Joseph A. Schumpeter, economista austriaco-norteamericano, autor de obras como *Naturaleza y contenido principal de la economía teórica* (1908), *Teoría del desenvolvimiento económico* (1912), *Ciclos económicos* (1939), entre otros. Schumpeter afirma:

“Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función de empresario. Esa función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones. (Schumpeter. 1971a, p. 181)”.

Con todo esto, caracteriza al empresario como una persona con talento especial y la necesidad de logro como uno de los principales valores del emprendedor, poniéndolo como eje central cuando habla del empresario innovador con *capacidad para los negocios*, que incluye una aptitud para la administración eficiente y para la decisión rápida y quién al innovar en aspectos empresariales, pone de manifiesto una dinámica diferente en el desarrollo económico de la sociedad. Se le atribuye a Joseph A. Schumpeter (1976), el concepto moderno de emprendedor, tomando un gran auge y aplicación.

Es durante el desarrollo de la economía, cuando el concepto emprendedor se va construyendo, que en términos generales define al emprendedor como: tomadores de riesgos, creadores, líderes, organizadores, coordinadores,

llenadores de vacíos, e innovadores. Características que la mayoría de los teóricos modernos incorporan en sus definiciones de emprendedor.

Algunos otros autores definen el término emprendedor como:

- Manejo de la incertidumbre, coordinador de recursos productivos, introducción de innovaciones y previsión de capital, Hoselitz B. (1952).
- Actividad con el propósito de iniciar y desarrollar un negocio enfocado a las ganancias, Cole A. (1959).
- Tomar un riesgo moderado, McClelland D. (1961).
- Decisiones y juicios acerca de la coordinación de recursos escasos, Casson M. (1982).
- Creación de nuevas organizaciones, Gardner W. (1985).
- Ir tras una oportunidad sin considerar los recursos actualmente controlados, Stevenson H., Roberts M., y Grousbeck H. (1989).
- Buscar oportunidades sin considerar los recursos actualmente controlados pero obligado por las elecciones previas de los fundadores y su experiencia industrial relacionada, Hart M., Stevenson H., y Dial J. (1995).
- Es un innovador, un estratega, creador de nuevos métodos para penetrar y desarrollar nuevos mercados, posee personalidad creativa, desafía lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades, Gerber (1996).
- Son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente, Lezana y Tonelli (1998).

1.3. Actitud

El término *actitud* proviene del latín *actitudo* y de acuerdo a la Real Academia Española (RAE), “la actitud es el estado del ánimo que se expresa de una cierta manera”.

Considerando que las actitudes son estados de ánimo, que varían de individuo a individuo y que son moldeadas por su nivel de aprendizaje, experiencia y grado de madurez, también son un medio de interacción con los demás, influyéndonos sobre la aceptación o rechazo hacia alguien o algo, desde una perspectiva social o física. Una actitud positiva permitirá al individuo encontrar un

estímulo y solución hacia todo aquello que se enfrenta o se responsabiliza. Caso contrario cuando se tiene una actitud negativa, todo se complica, ya que la falta de estímulos trae como consecuencia una falta de pericia en la solución de problemas y una desventaja clara dentro de la socialización misma.

El término *actitud* en la Psicología Social, lo definen distintos autores desde tres contextos diferentes:

A. Social

- Son percepciones acerca de las personas, las cosas o hechos ambientales; así mismo en la medida en que dirigen la conducta, tienen cualidades motivacionales. Al definir las actitudes, debe tomarse en cuenta fundamentalmente el modo en que disponen al individuo para que conciba al mundo y reaccione ante él de determinadas maneras, E. Hollander (1967).
- El concepto de actitud denota la suma total de inclinaciones y sentimientos, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas ideas, temores, amenazas y convicciones de un individuo acerca de cualquier asunto específico, L. Thurstone (1976).
- El término actitud hace referencia a un sentimiento en general, permanente positivo o negativo, hacia alguna persona, objeto o problema, Petty y Cacioppo (1981).
- Es una tendencia psicológica que se expresa mediante la evaluación de una entidad concreta con cierto grado de favorable o desfavorable, Eagly y Chaiken (1993).

B. Psicológico

- Es la tendencia o predisposición aprendida, más o menos generalizada y de tono afectivo, que responde de un modo bastante persistente y característico, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a una situación, idea, valor, objeto o clase de objetos materiales, o a una persona o grupos de personas, K. Young (1967).

- Es nuestra respuesta emocional y mental a las circunstancias de la vida Myers (1999).
- Se refieren a las creencias y sentimientos relacionados con una persona o evento y con el comportamiento resultante, R. Jeffress (1989).

C. Educativo

- Es un estado mental y neuronal de disposición para responder, organizada por la experiencia, que ejerce una influencia, directa o dinámica, sobre la conducta respecto a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona, F. Allport (1935).
- Es una disposición de evaluar de determinada manera ciertos objetos, acciones y situaciones, I. Chein (1948).
- Son asociaciones entre objetos actitudinales y las evaluaciones de estos objetos, Fazio y Rozkos-Ewoldsen (1994).

1.4. La actividad emprendedora

La actividad emprendedora viene inmersa en el propio emprendedor, desde un punto de vista capitalista, la creación misma de empresas, su desarrollo y los propios empresarios, han realizado para lograrlo actividades empresariales.

1.4.1. Teoría clásica del empresario (Siglo XVIII y Siglo XIX)

Durante este período los estudiosos consideraban a grandes rasgos, que el proceso empresarial funciona solo, lo único que necesita es capital, lo demás lo realiza el propio mercado.

Walras (1877), describe al emprendedor como un coordinador o árbitro, y que en la economía existen cuatro figuras importantes: 1) el emprendedor, 2) el terrateniente, 3) el capitalista, y 4) el trabajador.

Por su parte Jean Baptiste Say (1803), considera al emprendedor, como una persona que desplaza los recursos económicos de un área de baja productividad, a una zona con mayor productividad y rendimiento. Se le atribuye a Say, por sus investigaciones, el romper la equivalencia entre empresario y capitalista, al

especificar que para ser empresario no es necesario ser dueño o propietario, además considera también cualidades morales, sumadas las aptitudes empresariales, para que un individuo se convierta en empresario.

Es a mediados del siglo XIX, cuando dicha distinción entre empresario y capitalista toma mayor relevancia, al identificar más casos de empresarios no capitalistas, y de capitalistas que no eran empresarios.

1.4.2. La escuela de Harvard (Siglo XX)

Fue a inicios del siglo XX, que los estudiosos, centran mayormente su atención en los hombres de negocios y en sus empresas, considerándolos como un detonador para la expansión económica.

Durante los años veinte, se inicia el estudio de los empresarios desde un punto de vista académico, Norman Scott Brien Gras (1920), en la Faculty of Harvard Business School, sitúa al empresario en el contexto de una compleja estructura económica de la sociedad, y establece las bases de una nueva disciplina académica llamada "Business History", siendo Grass el primer maestro americano en impartir cátedra en este campo.

En 1947 en Harvard University, como resultado de los esfuerzos previos de investigadores en el tema, diseñan e imparten un curso denominado "*management of new enterprises*", cuyo contenido es dirigido para centrar la atención sobre oportunidades, riesgos, y problemas directivos, en relación con el establecimiento y funcionamiento de nuevas empresas.

Con la creación del Research Center in Entrepreneurial History, en Harvard University en 1948, se llevan a cabo estudios sobre empresarios que los sitúan en la historia económica, dichos estudios contenían bibliografías de empresarios exitosos, historias de empresas manufactureras, bancos, entre otros casos de éxito.

1.4.3. Auge de la investigación académica

Para el período entre 1950-1979, la investigación académica se centra sobre el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas, de tal forma que se van configurando las siguientes vertientes de análisis:

- La creación de empresas.
- Las PyMes.
- La empresa familiar.

Durante el período anteriormente definido, se realizan los mayores aportes científicos, resultado del intercambio de información entre grupos de investigadores en congresos y reuniones de trabajo, de ellos podemos destacar los siguientes aportes:

- La *U.S. Small Business Administration*, en 1958 inicia un programa para impulsar la investigación sobre la pequeña empresa.
- En 1963, se publica la revista *Journal of Small Business Management*.
- En Purdue (U.S.A.), en 1970 se lleva a cabo el Primer Congreso Científico, sobre la creación de empresas, contando con la participación del investigador Ed Roberts, quien comparte información relacionada a compañías *spin-off* (empresas nacidas de otras), existentes en el *Massachusetts Intitute of Technology* (MIT).
- En 1971, se publica la revista *Bolton Reports*.
- En Cincinnati (U.S.A.), en 1975 se realiza el *International Symposium of Entrepreneurship and Enterprise Development* (ISEED), con la participación de 230 investigadores sobre el tema a nivel mundial.
- En 1975, se publica la revista *American Journal of Small Business*.

Vesper (1993), publica el informe “*Entrepreneurship Education 1993*”, destacando el crecimiento del número de cursos impartidos en U.S.A., de temas sobre creación de empresas, proporcionando un dato cuantitativo importante al respecto, en 1967 se impartían menos de 10 cursos, y para 1993 se impartieron 370 en total.

En la década de los noventa, se establece una nueva disciplina académica, denominada “*entrepreneurship*”.

En U.S.A. y en Europa a través de los años, toman mayor relevancia las PyMes y el fomento a las nuevas empresas. La Unión Europea al verse en la

necesidad de crecer en competitividad, considera necesario que exista una sola cultura empresarial, que dé paso a la generación de empleos, por esta razón en el año de 1995, la Comisión Europea presenta un informe al Consejo Europeo de Madrid, cuyo contenido se centra en una serie de medidas para favorecer a las PyMes, de tal manera que a partir de este momento, el fomento del espíritu empresarial y la asistencia a los jóvenes empresarios son una de las prioridades de la Unión Europea.

Para 1998, la Comisión Europea presenta un documento denominado *“Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future”*, cuyo objetivo es fomentar el espíritu emprendedor. También señala que para fomentar la cultura de empresa es necesario definir y adoptar una serie de medidas que animen a los individuos a ser empresarios y dotarles de la cualificación necesaria para realizar proyectos exitosos. Como consecuencia de este enfoque, es necesario realizar reformas en los sistemas de educación y formación profesional, cambios culturales y las medidas concernientes para eliminar obstáculos en la creación de nuevas empresas, aunado a lo anterior, es importante y necesario establecer un entorno favorable para el fomento del espíritu emprendedor, creación y crecimiento de empresas, administraciones más simples y eficientes, mejora del entorno normativo y financiero, así como el acceso a programas comunitarios como los de I+D (investigación y desarrollo) y fondos estructurales.

A partir del año 2001, el estudio de la actividad emprendedora cobra un mayor impulso, derivado del creciente interés de diversas disciplinas que la estudian, como son la economía, psicología, sociología, política, gestión e historia económica.

La cantidad de investigaciones y publicaciones se han incrementado notoriamente, tanto en revistas científicas como académicas dedicadas específicamente al emprendimiento.

Díaz (2002), existen más de 1,000 publicaciones anuales en el campo de la función empresarial, se llevan a cabo más de 50 congresos y se editan más de 25 publicaciones especializadas cada año.

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), es una iniciativa de investigación propuesta en 1997, por dos de las instituciones más reconocidas a nivel mundial en el ámbito de los negocios Babson College y London Business School, dos años más tarde se llevó a cabo la primera encuesta con la participación de 10 países. Han transcurrido ya 15 ciclos de investigación y generación de información armonizada en materia de emprendimiento, logrando la participación de cerca de 100 economías a nivel mundial. Su interés radica en el estudio del papel del emprendimiento en las economías nacionales, de tal forma que la recolección de datos, permita establecer criterios uniformes y realizar comparaciones.

Durante sus primeros años el objetivo principal del GEM, consistía en medir las diferencias de la actividad emprendedora entre las economías participantes, permitiendo generar información que permite identificar los factores que propician o impiden el desarrollo de ésta y así mismo generar políticas públicas encaminadas a fortalecerla. Hoy en día se han desarrollado otros objetivos para el proyecto, resultado de su evolución y crecimiento, como lo son, la posibilidad de establecer la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de una nación que en el largo plazo provoque desarrollo en todos los niveles.

1.5. Desarrollo y evolución del problema

Las Universidades hoy en día, juegan un papel preponderante para el fomento del emprendimiento en sus alumnos y la contribución de las mismas a la actividad emprendedora, tomando en cuenta (Coduras *et al.*, 2008, Del-Palacio, Solé y Batista-Foguet, 2008):

- La formación y transmisión de conocimientos y valores.
- Los mecanismos de soporte.
- La transferencia de tecnología.

No hay duda que la existencia de las Universidades, aumenta la competitividad regional, favoreciendo las actividades emprendedoras y en consecuencia el crecimiento regional. Lo anterior tiene como fundamento el hecho del impacto que ejercen las grandes empresas de alta tecnología, en la economía regional, de tal manera que para elegir el lugar de localización o establecimiento, lo

hacen tomando en cuenta determinados factores asociados a las características de las regiones, como lo es la productividad y la innovación, es en este sentido, que las Universidades tienen un peso específico para tales decisiones, en el sentido de ser ellas, quienes realizan investigaciones que favorecen a las empresas en cuanto a la competitividad regional.

Otro factor importante para impulsar el emprendimiento y la competitividad regional, son las políticas públicas, que sean capaces de proporcionar la infraestructura que hagan posible que las nuevas empresas tengan acceso a los recursos necesarios e incentivos para emprender.

Considerando que la innovación es uno de los factores primordiales de la productividad y la competitividad de una región, ésta puede ser interpretada como un efecto directo de la producción de conocimiento. El conocimiento económicamente relevante se produce como resultado de la combinación de la investigación universitaria y la I+D industrial, cuanto más sea la innovación industrial y en las Universidades, mayor será la actividad innovadora.

Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff (1997), proponen el “Modelo de Triple Hélice”, postulan que la relación entre Universidades, industria y gobierno, son elementos clave en los modelos económicos de una sociedad basada en el conocimiento y especialmente en las estrategias de innovación. Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff (2000), anuncian una nueva revolución académica: “la Universidad emprendedora”, capaz de impulsar el emprendimiento tecnológico asumiendo funciones como la transferencia de tecnología y la incubación de empresas en sus instalaciones, dando lugar a un nuevo tipo de personal universitario: el científico-empresario.

La Universidad es el agente principal de generación de conocimiento, por lo tanto la industria y el Estado son las instituciones principales en la sociedad industrial. La industria es el actor principal de la producción y el Estado es quien regula las relaciones entre los actores.

Actualmente desarrollar habilidades y competencias emprendedoras entre los alumnos, se ha convertido en uno de los principales objetivos de las

Universidades, tomando en cuenta la demanda de la industria de personal altamente calificado que les permita competir en el mercado global, y por otra parte, el hecho de proveer a los alumnos, del conocimiento necesario para emprender por su cuenta proyectos para la creación de nuevas empresas. Para lograr sus objetivos, las Universidades han incorporado a la par de la formación profesional, cursos específicos para potenciar actitudes, habilidades y competencias emprendedoras.

Algunas Universidades han desarrollado los denominados centros de emprendimiento para promocionar las actividades emprendedoras, sin embargo muchas veces esto no es suficiente, ya que son afectados e influenciados por factores económicos y productivos de la región donde se encuentran y las características políticas e institucionales.

Dichos centros de emprendimiento universitario, deben considerar tres tipos de clientes o usuarios:

1. Los alumnos que desarrollan ideas y tecnología.
2. Los profesores o docentes que transmiten conocimiento.
3. Clientes externos que utilizan la tecnología y el conocimiento generado por los alumnos y docentes.

Para Mario Dether (2001), las Universidades hispanoamericanas no han logrado dar respuesta ante las necesidades sociales relacionadas con el desarrollo empresarial y la generación de empleos, también cuestiona si las Universidades se han concentrado en demasía en la generación del conocimiento, dejando de lado la manera correcta de transferirlo, en función de los intereses y necesidades específicas de las regiones, aunado a las metodologías tradicionales de enseñanza que no favorecen y propician actitudes emprendedoras.

Dether (2001), las Universidades centran su enseñanza en habilidades, de tal forma que el alumno logra acercarse al conocimiento dentro de un contexto teórico actuando generalmente de forma pasiva, por tal motivo es necesario que el alumno complemente lo que recibe con su intuición o con otras herramientas, para salvar las diferencias entre los conocimientos adquiridos y la realidad. Es necesario

incluir en la formación profesional, además de conocimientos teóricos, aquellos que les permitan tener características emprendedoras, y no hay por qué considerar que el ser científico y ser un empresario exitoso es incompatible.

1.6. Condición actual sobre emprendimiento en la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP

Para la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, la generación de conocimiento académico sobre temas de emprendimiento, ha generado un interés muy particular y se convierte en uno de los objetivos principales para la formación de sus alumnos.

La BUAP, cuenta con el Centro de Innovación y Competitividad Empresarial (CICE), que como parte de su actividad emprendedora, pone a disposición de la comunidad universitaria y al público en general servicios en tres grandes rubros:

1. Innovación y competitividad empresarial.
2. Incubación de empresas y emprendimiento.
3. Proyectos y fondos.

Por otra parte, como ya se abordó en el Planteamiento del Problema de la presente investigación, dentro del MUM se han desarrollado asignaturas dentro del contexto transversal, en temas que promuevan el emprendimiento en los alumnos.

De gran importancia es el Programa Emprendedor, de la Vicerrectoría de Docencia de la BUAP, que contiene un Manual que proporciona a los docentes una guía de operación académica del Programa Emprendedor y una visión de la temática y actividades principales de los cursos de Emprendedores y demás temas contemplados en el mencionado Programa, buscando también sensibilizar a los docentes en el fomento del espíritu emprendedor como parte de la vida diaria, constituyendo un efecto multiplicador en los alumnos y en su comunidad (Programa Emprendedor Vicerrectoría de Docencia BUAP, 2007).

Actualmente la Facultad tiene en sus instalaciones una unidad derivada del CICE, administrada y gestionada por personal académico de la Facultad, que brinda apoyo y asistencia a los alumnos para desarrollar ideas de negocio.

Cabe señalar que a pesar de todos los esfuerzos realizados por la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP en cuanto a la promoción del emprendimiento en sus alumnos, los resultados no han sido del todo satisfactorios, ya que hasta el momento no se tiene un indicador que muestre la generación de ideas de negocio que a futuro se hayan convertido en nuevas empresas por parte de los alumnos.

Por lo cual la presente investigación, tiene el firme propósito de proponer un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en sus alumnos, en torno a las actividades emprendedoras de la Facultad.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

Identificar las actitudes de los alumnos universitarios que podrían influir en su intención para emprender, ha sido un tema muy discutido hasta nuestros días.

Las investigaciones realizadas para identificar las actitudes y características emprendedoras en un individuo, se han enfocado en dos puntos: 1) definir las características generales de un emprendedor tradicional, y 2) determinar los comportamientos y actitudes que predicen la intención para emprender en un individuo común.

Dichos estudios se han basado en la utilización de dos modelos teóricos y metodológicos principalmente:

1. Teoría de la Personalidad
2. Información Demográfica

La Teoría de la Personalidad analiza los rasgos de la personalidad de un individuo; la Información Demográfica, es un modelo que toma en cuenta información relacionada al género, raza, religión, etc. (Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991). Cabe destacar que aún con la existencia de estos modelos, ningún investigador los ha aplicado para identificar las actitudes y comportamientos que un alumno universitario presenta ante sus profesores, compañeros y la IES, que predicen su intención a emprender.

Para investigadores como (Ibáñez, 2002; Guzmán, Santos y Cáceres, 1995; Sial y Chundry, 2011), sostienen que la intención a emprender en los alumnos universitarios es influenciada por diversos factores, destacando el entorno familiar, los recursos disponibles, el fomento del emprendimiento en las instituciones educativas, su experiencia laboral, sus conocimientos técnicos y las habilidades para la realización de actividades. Toda la importancia en la identificación de dichos factores y actitudes, radica en fortalecer y fomentar cada uno de ellos a través de la institución educativa, siendo ésta la transmisora de los conocimientos técnicos, además de desarrollar las habilidades de los alumnos, para crear acciones e ideas emprendedoras exitosas y de alto impacto.

Para Schumpeter (1934), la importancia de crear emprendedores deriva de que el emprendedor es pieza clave para la actividad económica de las naciones.

Desde otro punto de vista, se puede definir el emprendimiento como la creación de organizaciones, para Vesper (1982), el emprendimiento puede considerarse como un proceso o un fenómeno y el emprendedor es el agente que causa esta actividad emprendedora, lo que diferencia a los emprendedores de los no-emprendedores, es que los emprendedores crean organizaciones mientras que los no-emprendedores no lo hacen.

Para algunos autores, la creación de una empresa es el aspecto menos importante del emprendimiento, es decir el emprendimiento, no requiere, aunque puede incluir, la creación de nuevas organizaciones.

Amit, Glosten y Muller (1993), exponen que el emprendimiento puede tener lugar en organizaciones existentes. Shane y Vekataraman (2000), manifiestan que lo esencial es el descubrimiento de las oportunidades y la decisión de explotarlas, así mismo definen el campo del emprendimiento, desde una perspectiva más amplia, como el estudio de cómo, por qué y con qué efectos, se descubren, evalúan y explotan las oportunidades para crear futuros bienes y servicios.

A continuación, se presentan algunas clasificaciones sobre el emprendimiento y la actividad emprendedora como disciplina científica, que incluyen teorías o modelos más representativos realizados por investigadores.

2.1. Clasificaciones y teorías sobre emprendimiento y actividad emprendedora

2.1.1. Low y MacMillan

De acuerdo a Low y MacMillan (1988), el emprendimiento es interdisciplinario, ya que abarca aspectos socio-culturales, los rasgos de personalidad, las redes, la ecología de la población y las cuestiones económicas.

Para estos autores las investigaciones realizadas sobre emprendimiento, asumían una perspectiva de adaptación estratégica, donde la clave para el éxito

emprendedor, yace en las decisiones que toma el individuo para identificar oportunidades, desarrollar estrategias, conseguir recursos y tomar iniciativas.

Quienes adoptan la perspectiva de adaptación estratégica, identifican los factores críticos de éxito que aumentan las probabilidades de supervivencia de las iniciativas emprendedoras, así como los factores críticos de fracaso. Referente a los primeros, Vesper (1980) identifica cinco elementos clave: conocimiento técnico, idea de producto o servicio, contactos personales, recursos físicos y pedidos de clientes. En relación a los factores críticos de fracaso Vesper (1983), menciona que los problemas más comunes incluyen la falta de conocimiento del mercado, la falta de habilidad para delegar responsabilidades, la falta de conocimientos técnicos y la falta de capital semilla.

2.1.2. Stevenson y Jarillo

Investigadores como Stevenson y Jarillo (1990), destacan tres categorías de estudio: el ¿qué?, el ¿por qué? y el ¿cómo? de las actividades emprendedoras.

En el ¿qué?, se busca entender el resultado del emprendimiento, centrándose en los resultados de las acciones del emprendedor, no en el emprendedor en sí mismo. Es decir estudiar el efecto neto de las acciones del emprendedor en el sistema económico.

En cuanto al ¿por qué?, su enfoque son las causas del emprendimiento. Es decir el emprendedor como individuo, con su personalidad, su experiencia, valores, objetivos y motivaciones.

Sobre el ¿cómo?, se estudian las acciones de los emprendedores para llevar a cabo sus iniciativas emprendedoras, tales como, las características de la gestión emprendedora, cómo logran sus objetivos los emprendedores.

2.1.3. Veciana y Díaz

Siguiendo el enfoque de Veciana (1999), Díaz (2002), clasifica las teorías sobre creación de empresas en cuatro enfoques:

1. Teorías Económicas

Sobre la creación de empresas con mínima aversión al riesgo y máxima racionalidad económica. Estas teorías se centran hacia la innovación y procesos de producción, asumen que el emprendedor es capaz de identificar y explotar nuevas oportunidades que generan los mercados cambiantes

2. Teorías Psicológicas

Sobre la creación de empresas dentro de la perspectiva individual, empíricamente se analizan rasgos y características personales de los emprendedores.

3. Teorías Socioculturales

Sobre la decisión personal de crear una empresa y convertirse en empresario, depende de factores externos y del entorno social, siendo éste un factor determinante en la función empresarial.

4. Teorías Directivas o Gerenciales

Sobre el supuesto que la creación de empresas, son el resultado de un proceso racional decisional, para lo cual, son importantes los conocimientos y técnicas empleadas en áreas de la economía y dirección de empresas. El objetivo es no explicar las causas para crear empresas, más bien es el generar conocimientos y elaborar modelos prácticos.

2.1.4. Teoría del Desarrollo Económico

La Teoría del Desarrollo Económico, presentada por el austro-estadounidense Joseph A. Schumpeter en 1912, también conocida como “Destrucción Creativa”, es considerada como el trabajo más importante de su autor (Becker, Knudsen y Swedberg, 2012), y como la teoría pilar de la literatura sobre emprendimiento y la evolución económica.

Dicha teoría está estructurada bajo tres elementos fundamentales de análisis; 1) el proceso de flujo circular, 2) el proceso de desarrollo económico, y 3) procesos que impiden el curso continuo del desarrollo.

1. Flujo circular

El flujo circular puede ser visto como un mecanismo autocontrolado de las economías, donde las mismas cosas ocurren de período en período (Spatig, 2008). Dentro del flujo circular no hay innovación, no hay competencia ni lanzamientos de nuevos productos o procesos, no hay comportamientos de sobredemanda o sobreoferta de productos, únicamente existen los procesos ya establecidos (Schumpeter, 1934), donde los mismos productos se producen año tras año de la misma manera a razón de su consumo.

2. Desarrollo económico

El desarrollo económico ocurre cuando los fabricantes crean cambios en la economía a través de nuevos productos (Spatig, 2008), la creación de estos nuevos productos, son el resultado de cinco acciones provenientes de la innovación (Schumpeter, 1934): 1) la introducción de un nuevo producto o servicio, 2) la introducción de un nuevo método de producción, 3) la apertura de un nuevo mercado, 4) la adquisición de una nueva fuente de suministros de materias primas, y 5) el desarrollo de una nueva organización de cualquier industria. Schumpeter (1934), asegura que el responsable de la creación de acciones innovadoras, para el desarrollo económico no es el capitalista *per se*, más bien es el resultado de la iniciativa de los emprendedores.

3. Procesos que impiden el curso continuo del desarrollo

El proceso de desarrollo económico no tiene un comportamiento puramente ascendente, como se esperaría con la aparición constante de acciones emprendedoras, existen factores que impiden dicho curso continuo, cada etapa económica en una región (expansión, auge, recesión y depresión), es causada por una gran cantidad de factores internos y externos, los cuales se pueden clasificar en dos tipos: factores sociológicos y factores naturales. Los factores sociológicos provienen de fenómenos colectivos producidos por la interacción social de las personas, tales como, acuerdos comerciales, movimientos sociales, conflictos bélicos, aspectos culturales y religiosos, entre otros. Los factores naturales son aquellos causados únicamente por la fuerza de la naturaleza, como los son los huracanes, terremotos,

inundaciones, plagas, incendios forestales, etc. Un desastre natural en una región, puede afectar a otras, su nivel de impacto dependerá de la magnitud del desastre, dicha afectación se da por las estrechas relaciones comerciales y sociales existentes entre ellas.

2.1.5. Teoría de los rasgos de personalidad

Es una teoría basada en las características psicológicas de los emprendedores, los primeros modelos se basaron en la percepción de que el emprendimiento era una característica de la personalidad (McClelland, 1961, Brockhaus, 1980, 1982).

Estudios sobre empresarios y creación de empresas, intentan explicar e identificar las características tanto psicológicas como demográficas de los empresarios que crean empresas y el éxito o fracaso de las mismas. Las teorías psicológicas se basan en los siguientes supuestos:

- La persona que decide crear una empresa, tiene un perfil psicológico diferente al resto de la población.
- Los empresarios exitosos, tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos.

El punto fundamental de estas teorías, es el identificar a las personas con perfil de empresario, y/o a los empresarios exitosos, para poder determinar políticas de fomento para crear empresas.

Brockhaus y Horwits, (1985), establecieron dos líneas de investigación: 1) características propias de los empresarios, y 2) características, rasgos y perfil psicológico que motivan el comportamiento emprendedor.

2.1.6. Modelo de la triple hélice

El Modelo de la triple Hélice, surge en Estados Unidos, como consecuencia de una gran colaboración entre Universidades e industria, Universidad y gobierno, y entre gobierno e industria. Sus autores Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff (1996), proponen que tanto gobierno, organismos financiadores de la innovación, lo deben considerar útil para impulsar la innovación favoreciendo el crecimiento económico.

El modelo representa un esquema que facilita la planeación pública, la toma de decisiones y la evaluación de la acción pública en temas como industria, la enseñanza superior y universitaria, la investigación científica y tecnológica.

La trilogía Universidad, industria y gobierno, intercambian roles, en el sentido que la Universidad ejerce el rol de la industria cuando crea nuevas empresas, que capitalizan el conocimiento generado en sus investigaciones; las empresas capacitan y forman a sus trabajadores y comparten conocimiento mediante el denominado *joint venture* (empresa conjunta); y el gobierno actuando como capitalista público, también ejerciendo sus actividades regulatorias.

En este sentido, el gobierno es el encargado de legislar, establecer instrumentos e incentivos fiscales que ayuden a fomentar y fortalecer las relaciones entre la Universidad y la industria, quienes como resultado de esta relación, sean capaces de crear nuevas empresas en el seno de la Universidad.

2.1.7. Teoría de redes

Para la Teoría de redes, el proceso emprendedor debe estar inmerso en redes sociales, para facilitar enlaces entre emprendedores, recursos y oportunidades.

La base de las redes, se centra en las relaciones entre empresarios, proveedores, clientes, entidades financieras, etc., la cual puede irse incrementando en tanto la red se amplíe.

Aldritch y Zimer (1986), consideran que las redes se miden en términos de densidad, accesibilidad y diversidad. Birley y Boyd (1989), concluyen en su estudio sobre el papel de las redes en la creación de nuevas empresas, se distinguen dos tipos de redes sociales: las informales que integran a la familia, amistades, negocios, entre otras; y las formales, integradas por bancos, abogados, asesores, etc. Concluyen que los emprendedores confían más en las redes informales, en relación a las formales.

La teoría de redes, considera que el fenómeno empresarial, se basa en la cooperación y confianza, no así en la competencia y desconfianza.

Los emprendedores aprovechan la ayuda disponible en su red local, durante el período previo a la fase *start-up* (arrancar, emprender o montar un nuevo negocio) y se acercan a fuentes formales, cuando los elementos de la nueva empresa se han determinado (Birley, 1985).

El *Networking* (creación de redes), es el uso de aquellas relaciones personales para obtener asesoría, generar ventas, acceder a financiamientos, etc., en otro sentido el emprendedor crea una red más compleja de relaciones entre empresas, la mayoría de ellas con características emprendedoras similares, extremadamente eficientes y flexible (Jarillo, 1989).

2.1.8. Teoría de las incubadoras

La teoría de las incubadoras, son la respuesta ante la necesidad de crear y desarrollar empresas, se concretiza a través de políticas económicas por medio de acciones que favorecen tanto la creación de empresas, como la innovación, el capital humano, la instrumentación de recursos financieros y la flexibilidad del sistema productivo.

Actualmente los gobiernos, las Universidades, las cámaras de comercio, entre otros organismos, se han dado a la tarea de establecer y desarrollar programas de incubación de empresas, teniendo como objetivo primordial, el brindar asistencia a los emprendedores, para la creación y arranque de nuevas empresas. Las incubadoras son sitios en los que se facilita una estructura elemental para el nacimiento de la empresa: espacio, asesoramiento, formación inicial e información. Alimentan a empresas jóvenes, ayudándolas a sobrevivir y a crecer durante la fase de puesta en marcha, cuando son más vulnerables (Nueno, 1994).

La existencia de las incubadoras, sin importar el tamaño de las mismas, son un factor condicionante para la creación de nuevas empresas, que determina no solamente el número de ellas, sino también la naturaleza de las mismas.

2.2. Emprendimiento

Las Teorías Psicológicas sobre emprendimiento, consideran los rasgos sobre la personalidad de los emprendedores, motivaciones, habilidades y valores, para tomar la decisión de crear nuevas empresas y convertirse en emprendedores.

Los investigadores del tema, explican que la creación de una nueva empresa, es el resultado de la intervención y consecuencia de tres categorías de factores:

- Primera categoría, se refiere a las características personales, expectativas, motivaciones, percepciones, habilidades y conocimientos.
- Segunda categoría, considera las características de las organizaciones en las cuales el emprendedor ha desarrollado su actividad profesional.
- Tercera categoría, relaciona los factores ambientales y de entorno.

Por su parte Sexton y Similor (1986), analizan los factores que hacen que una persona sea un emprendedor, obteniendo como resultado tres ejes:

- Eje personal (genética, educación, entorno familiar).
- Eje social (circunstancias étnicas, entorno geográfico e industrial).
- Eje reticular (acceso a recursos).

2.3. La actitud emprendedora en los alumnos de educación superior

Actualmente las Instituciones de Educación Superior (IES), tienen a bien considerarse parte fundamental como generador y motivador de la actitud emprendedora en sus alumnos, de tal forma que han incorporado dentro de su estructura curricular, materias específicas relacionadas con dicha actividad y más importante aún el hecho de proporcionar a sus egresados alternativas de desarrollo profesional.

Si bien es cierto que no existen estudios concluyentes sobre el hecho de que aquellas personas que tienen un mayor nivel educativo tienden a tener mayores posibilidades de éxito empresarial, (Yusuf, 1995; Jo y Lee, 1996), caso contrario de quienes no poseen ese elemento fundamental cuyas posibilidades de tener un

negocio en marcha, rentable y sustentable a largo plazo, terminan por no lograrlo. Por tal motivo es necesario hacer el esfuerzo institucional para proveer a los alumnos de aquellas herramientas, competencias y conocimientos que les sirvan para generar ideas de negocio que bajo estrategias metodológicas bien definidas, terminen siendo a la par de su formación profesional, empresarios como una alternativa laboral.

Grant (1996), realizó un estudio donde destaca la intención emprendedora en los estudiantes de nivel superior, considerando que dicha variable estaría asociada a la intención emprendedora, sus resultados aún son debatidos.

La presente investigación toma como sustento teórico, aquellas teorías que consideran los factores críticos de éxito y fracaso, que afectan el emprendimiento en los individuos, como lo establece la Teoría de Low y MacMillan (1988), dentro de una perspectiva de adaptación estratégica. Asimismo se incorpora al estudio en cuestión el Modelo GEM, que contempla que la actividad emprendedora es el inicio para aquellos individuos que tienen las habilidades, capacidades y motivación para emprender un negocio, y realizan acciones con este fin, también se considera el Modelo de la triple hélice de Henry Etzkowitz y Loet Leydesdorff (1996).

Por otra parte, para fomentar la actitud emprendedora y en consecuencia el emprendimiento en los alumnos, es necesario tomar en cuenta aquellos factores exógenos del individuo que ejercen una fuerte influencia en el emprendimiento en los alumnos, tal y como lo consideran diversos investigadores (Ibáñez 2002, Sial y Chundry, 2011).

Está en manos de las IES, el tomar en cuenta dichos factores para desarrollar estrategias bajo un modelo metodológico que considere primordialmente la afectación positiva en los alumnos, detonando en consecuencia el emprendimiento.

A continuación se identifican los factores exógenos que afectan directamente el emprendimiento en los individuos.

Figura 2.1: Factores exógenos del individuo que afectan el emprendimiento

FACTOR
1. Familia
2. Edad
3. Género
4. Institución educativa
5. Antecedentes emprendedores familiares
6. Entorno de desarrollo social y económico
7. Experiencia laboral previa
8. Recursos técnicos y económicos
9. Competencias y habilidades

Fuente: Elaboración propia a partir del Modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

2.4. Factores exógenos que afectan el emprendimiento en los alumnos

Estos factores constituyen en nuestra investigación la primera parte de estudio, mediante la identificación de las variables que afectan el emprendimiento en los alumnos de Licenciatura de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP:

1. Familia

El alumno universitario reacciona hacia el emprendimiento, consecuencia de la falta de apoyo y credibilidad en el seno familiar, mermando potencialmente su actitud e iniciativa emprendedora. La familia lo que espera del egresado, es que encuentre un trabajo en una buena empresa que justifique el esfuerzo económico familiar que se realizó en su educación.

2. Edad

Rondstadt (1984), en un estudio concluye que por debajo de los 22 años y por arriba de los 55 es difícil crear una empresa. Jackson y Rodkey (1994), defienden que cuanto mayor en edad es el individuo, es menor la propensión a crear una empresa por tener una menor predisposición a asumir riesgos.

3. Género

Arribas y Vila, (2004), en su estudio determinaron que el 44% de los varones tienen iniciativa para crear una empresa en relación al 30.9% de las mujeres. La discriminación de género se deriva por las supuestas diferencias entre hombres y mujeres y se define como sexismo (Grueso Hinestroza, 2009).

4. Institución educativa

Son pocas las IES que fomentan el emprendimiento de manera transversal, así como una adecuada promoción del mismo, condición que provoca que los egresados busquen alternativas de desarrollo profesional meramente como capital humano en empresas ya establecidas.

5. Antecedentes emprendedores familiares

La empresa familiar es la forma más antigua del mundo para hacer negocios (Lea, 1991), la tradición familiar crea el ambiente adecuado para desarrollar ideas de negocio (Benavides y Sánchez, 2004). Un gran número de emprendedores son descendientes de familiares empresarios que apostaron al autoempleo y lo lograron. Por tal motivo la presión familiar para alcanzar el logro empresarial es muy fuerte y difícil de soportar.

6. Entorno de desarrollo social y económico

Sin duda el crecimiento económico de un país y de una región, genera mejores oportunidades de negocio, por tanto mayores posibilidades emprendedoras. Si la economía en un país crece, demandará bienes y servicios, presentando oportunidades de iniciar un negocio (Dyer, 1994). El caso contrario, demerita toda intención y actitud de emprender.

7. Experiencia laboral previa

En un estudio para detectar la motivación emprendedora entre alumnos universitarios, concluyó que aquellos que poseen experiencia laboral previa, tienen mayores deseos de crear su propia empresa (Leyva, 2004). Cuando el alumno ha

trabajado durante su formación profesional, tiende a proyectar sus expectativas personales hacia un futuro emprendedor.

8. Recursos técnicos y económicos

Este sin duda es uno de los factores de mayor impacto en los alumnos, la falta de recursos técnicos y económicos, disminuye profundamente su actitud emprendedora, ya que para ellos el no contar con dichos recursos, representa un fracaso anticipado, por lo tanto, declinan hacer el intento de emprender.

9. Competencias y habilidades

Las IES, son en gran medida responsables y obligados a potenciar y generar en sus alumnos, las competencias y habilidades necesarias para emprender, propiciando buena actitud emprendedora y un alto índice de innovación generadora de valor.

Las variables que integran el instrumento de medición que nos permitirá determinar el impacto positivo o negativo que los factores exógenos tienen sobre la actitud e intención emprendedora de los alumnos, se muestra en la siguiente figura 2.2.

Figura 2.2: Relación de variables exógenas del individuo para el emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1. Tipo de estudio

El tipo de estudio y análisis de la información derivada de la presente investigación, será en primera instancia, la aplicación de la estadística descriptiva y las tablas de contingencia proporcionadas por el software SPSS Statistics, del instrumento de medición que será aplicado a la muestra determinada. En segunda instancia los resultados en relación a la variable conceptual del instrumento serán catalogados de acuerdo a los siguientes niveles de conocimiento:

- **Nulo:** El alumno no tiene información concreta que le permita entender el concepto.
- **Básico:** El alumno tiene información básica para entender el concepto, pero no entiende su utilidad.
- **Básico-Intermedio:** El alumno tiene conocimiento del concepto aplicable a ejemplos teóricos.
- **Básico-Avanzado:** El alumno tiene conocimientos teóricos asociados a su aplicación práctica.

3.2. Instrumento de medición

3.2.1. Selección de la muestra

Para seleccionar la muestra, se considerará el muestreo no probabilístico (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010), en este caso la población estudiantil del área de Finanzas de Licenciatura de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que cuenta con una matrícula de 367 alumnos inscritos. La aplicación del instrumento se realizará al 73.40% del alumnado inscrito en esa área.

3.2.2 Recolección de datos

Implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico (Hernández Sampieri, Fernández Collado,

Baptista Lucio, 2010). Tomando en cuenta las variables descritas en la Figura 2.2, se aplicó el instrumento a los alumnos.

3.2.3. Integración del instrumento

Se aplicó un instrumento de elaboración propia (Anexo 1), al 73.40% de los alumnos del área de Finanzas de Licenciatura de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en base a la población de alumnos inscritos en dicha área, siendo un total de 367, para analizar las 9 variables exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos, y una variable conceptual.

Los datos obtenidos fueron tratados estadísticamente para determinar el nivel de afectación de las mismas.

El instrumento se compone de un total de 45 ítems, medidos en una escala de Likert 4, donde la primera posición corresponde a totalmente en desacuerdo y la cuarta totalmente de acuerdo, así como por 7 preguntas conceptuales de respuesta abierta, agrupadas de la siguiente forma; 9 variables exógenas, con un total de 45 ítems, 1 variable conceptual, con un total de 7 preguntas de respuesta abierta.

3.2.3.1. Confiabilidad del instrumento

Siendo la confiabilidad de todo instrumento el grado en que produce resultados consistentes y coherentes (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010), es como se diseñó tomando en cuenta la revisión teórica de las variables que lo componen, cuya finalidad es agrupar información en base a cada una de dichas variables de estudio.

3.2.3.2 Validez del instrumento

Por su parte la validez del instrumento es el grado en que en verdad mide la variable que se busca medir (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010). Kerling (1979, p. 178) plantea la siguiente pregunta respecto de la validez: ¿está midiendo lo que cree que está midiendo? Si es así su medida es válida.

La validez es un concepto del cual se tienen diferentes tipos de evidencia (Gronlund, 1990; Streiner y Norman, 2008; Wiersma y Jurns, 2008; y Babbie, 2009):
 1) *evidencia relacionada con el contenido*, 2) *evidencia relacionada con el criterio* y
 3) *evidencia relacionada con el constructo*.

3.2.3.3. Validez de contenido

La validez de contenido es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010). El instrumento en lo concerniente a su contenido, tiene como objetivo recolectar la información que integra a cada una de las 9 variables de percepción de estudio: familiar, edad, género, institución educativa, antecedentes emprendedores familiares, entorno de desarrollo social y económico, experiencia laboral previa, recursos técnicos y económicos, competencias y habilidades. Respecto a la variable conceptual, se pretende medir el grado de conocimiento del alumno sobre los conceptos básicos acerca del emprendimiento.

Para analizar la variable familia, son 5 los ítems utilizados, que reflejan la influencia que la familia puede ejercer sobre el individuo en el sentido de hacerle sentir que es mejor opción encontrar un buen empleador, que de alguna manera le asegure un ingreso.

Tabla 3.1: Variable familia

Familia	1	Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad
	2	Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa
	3	Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar
	4	Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando
	5	Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Respecto a la variable edad, son 5 los ítems utilizados, que nos permiten observar la pertinencia que un alumno tiene para emprender, considerando su juventud, poca importancia al riesgo y hasta cierto punto su inexperiencia.

Tabla 3.2: Variable edad

Edad	1	Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio
	2	Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica
	3	Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta
	4	Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta
	5	Tienes alguna idea de negocio que consideres viable de realizarse

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

La variable género, cuenta con 5 ítems, la información demarcará si existe alguna diferencia en cuanto al género para enfrentar alguna barrera que impida emprender a los alumnos.

Tabla 3.3: Variable género

Género	1	Tu iniciativa para emprender un negocio es alta
	2	Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender
	3	El género es impedimento para emprender un negocio
	4	Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio
	5	Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

La variable institución educativa, el instrumento contempla 5 ítems, y cobra especial importancia en nuestra investigación, debido a que es parte fundamental en lo que respecta a generar en los alumnos las competencias y habilidades necesarias para que partiendo de ideas de negocio se logre un emprendimiento integrado a su formación académica, que permita al alumno egresado tener opciones de desarrollo personal.

Tabla 3.4: Variable institución educativa

Institución educativa	1	Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento
	2	Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender
	3	Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso
	4	Eres motivado a emprender por parte de tus profesores
	5	Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Para analizar la variable antecedentes emprendedores familiares, se contara con 5 ítems, de los cuales se pretende detectar la influencia sobre los alumnos

ejercida cuando algún familiar es un empresario, en el sentido de intentar emular sus logros, o bien, lo inalcanzable que pudiera ser ese logro.

Tabla 3.5: Variable antecedentes emprendedores familiares

Antecedentes emprendedores familiares	1	En tu familia hay emprendedores exitosos
	2	Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso
	3	Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo
	4	Sientes presión de poner un negocio, como lo hizo algún familiar
	5	Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

La variable entorno de desarrollo social y económico, cuenta con 5 ítems, tiene un impacto importante, debido a que este tipo de entorno tiene una afectación global, es decir en toda la población, condiciones inestables sociales y económicas, impiden todo intento de emprender, y que decir de la intención y actitud emprendedora en los alumnos, que serían los más afectados.

Tabla 3.6: Variable entorno de desarrollo social y económico

Entorno de desarrollo social y económico	1	En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores
	2	Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores
	3	Existe un clima de seguridad social idóneo para ser emprendedores
	4	El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos
	5	Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

La variable experiencia laboral previa, se compone de 5 ítems, busca entender la influencia ejercida en los alumnos, derivada de su experiencia laboral antes y/o durante su formación académica, así mismo, en aquellos que no han tenido dicha experiencia laboral.

Tabla 3.7: Variable experiencia laboral previa

Experiencia laboral previa	1	Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador
	2	Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio
	3	El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor
	4	Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta
	5	Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Respecto a la variable recursos técnicos y económicos, compuesta por 5 ítems, y cuyo impacto se quiere medir, tomando en cuenta que para un alumno, el contar con conocimiento técnico y aporte económico, es de alguna forma, un elemento que le permitiría realizar un emprendimiento, caso contrario de quienes carecen de alguno o ambos elementos.

Tabla 3.8: Variable recursos técnicos y económicos

Recursos técnicos y económicos	1	Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio
	2	El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil
	3	Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio
	4	Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio
	5	El no contar con recursos técnicos y económicos propios, desmotiva mi intención de emprender

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

La variable competencias y habilidades, que se compone de 5 ítems, medirá el grado de impacto en los alumnos que carecen de las suficientes competencias y habilidades para emprender, es importante señalar, que también le corresponde a la institución educativa, la transmisión del conocimiento y la creación del vínculo académico y práctico, en temas de emprendimiento.

Tabla 3.9: Variable competencias y habilidades

Competencias y habilidades	1	Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender
	2	Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras
	3	Existen estrategias claras de la Facultad, para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras
	4	Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender
	5	Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Para completar la recolección de datos, el instrumento tiene una última variable denominada conceptual, cuyas preguntas de respuesta abierta, nos darán un panorama sobre el entendimiento básico de emprender que tienen los alumnos, y la importancia de tener claridad en cómo cada factor tiene un papel significativo en el proceso del emprendimiento.

Tabla 3.10: Variable *conceptual*

Conceptual	
1	Explica el término emprendedor:
2	¿Qué significa para ti la actitud emprendedora?
3	¿Qué entiendes por actividades emprendedoras?
4	¿Qué es una idea de negocio?
5	¿Qué es un plan de negocio?
6	¿Qué opinión tienes sobre la forma actual que la Facultad tiene para motivar en los alumnos el emprendimiento?
7	¿Cómo sugieres que debe realizarse la promoción del emprendimiento por parte de la Facultad hacia los alumnos?

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Concluimos que cada una de las características que integran la totalidad de los ítems del instrumento, pueden perfectamente medir las variables anteriormente expuestas.

3.2.3.4. Validez de criterio

La validez de criterio se establece al validar un instrumento de medición al compararlo con algún criterio externo que pretende medir lo mismo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010), este criterio es un estándar con el que se juzga la validez del instrumento (Wiersma y Jurns, 2008). Por lo tanto entre más relacionados se encuentren los resultados de dicho instrumento con los criterios, la validez de estos últimos será mayor.

El instrumento fue sometido al escrutinio y análisis de 10 expertos en el tema de emprendimiento, quienes estuvieron de acuerdo en que dicho instrumento mide las variables planteadas.

3.2.3.5. Validez de constructo

El constructo es la variable medida que tiene lugar dentro de una hipótesis, teoría o esquema teórico (Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, 2010). La validez de constructo desde una perspectiva científica, se refiere a que tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico (Grinnell, Williams y Unrau, 2009). Integra la evidencia que soporta la interpretación del sentido que poseen las puntuaciones del instrumento (Messick, 1995). Es decir, qué está midiendo y cómo opera para medirlo.

La validez de constructo del instrumento desarrollado, está vinculado con la teoría existente, si bien es cierto no lo es tan basta, dicha validez está complementada con la validez de expertos en el tema.

3.3. Aplicación del instrumento

El instrumento fue aplicado al 73.40% de alumnos del área de Finanzas de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

3.4. Codificación de datos

Son valores numéricos el significado de la codificación de datos, en este caso a cada variable e ítem fueron asignados valores numéricos.

Las variables 1 a 9 que comprenden la primera parte del instrumento, se utilizó la escala de Likert 4 para cada uno de los ítems correspondientes a dichas variables, siendo: 4 Totalmente de acuerdo, 3 De acuerdo, 2 En desacuerdo y 1 Totalmente en desacuerdo.

La variable 10 que es la segunda parte del instrumento, comprende una serie de preguntas abiertas, para codificarlas, se categorizaron patrones generales de respuesta (Rojas, 1981).

3.5 Borrador de datos

Se elaborará un documento borrador de datos en la aplicación EXCEL, que nos permitirá un mejor manejo de la información para su captura y análisis estadístico en el software SPSS Statistics.

3.6. Análisis de la recolección de información

Serán utilizadas las denominadas tablas de contingencia, que el mismo software SPSS Statistics proporciona, con la finalidad de hacer un análisis de cada una de las variables que componen el instrumento, haciendo una combinación de la variable género con todas y cada una de las demás variables, de tal forma que al abrir el contexto de la información recopilada nos proporcionaría un panorama más amplio para el análisis.

Finalmente para la variable conceptual, sus resultados se muestran de manera gráfica para su mejor comprensión.

La metodología utilizada para el análisis de resultados, será definida y presentada en el siguiente capítulo y que a su vez formará parte de la base para proponer un Modelo estratégico que contemple lo siguiente:

1. Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.
2. Definir el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora.
3. Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos.
4. Definir los aspectos más importantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Proceso de la investigación

En el presente capítulo presentaremos el análisis de los resultados obtenidos, del instrumento de medición, los cuales se mostrarán en dos partes; en la primera la información estadística descriptiva y las tablas de contingencia proporcionadas por el software SPSS Statistics, aplicado a la muestra determinada en el capítulo anterior, en la segunda parte los resultados en relación a la variable conceptual del instrumento.

4.1.1. Objetivo General

Proponer un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en sus alumnos, en torno a las actividades emprendedoras de la Facultad.

4.1.2. Objetivos específicos

- Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.
- Definir el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora.
- Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos.
- Definir los aspectos más importantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública.

4.2. Estructura

4.2.1. Variables de investigación

4.2.1.1. Resultados de la aplicación del instrumento de medición

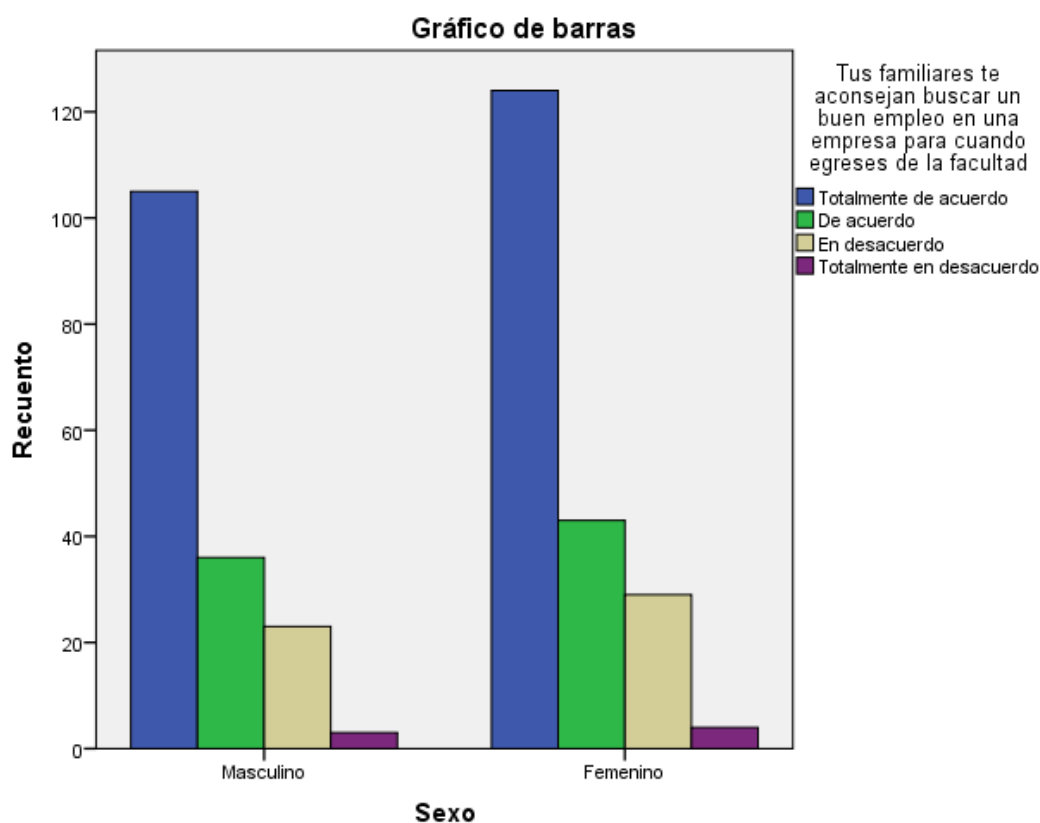
Tal y como se menciona en el primer párrafo, los resultados se muestran en dos partes:

4.2.1.1.1. Primera parte: estadística descriptiva y tablas de contingencia.

La estadística descriptiva se presentará mediante gráficas, para que de manera más visual, nos muestren los resultados obtenidos, así mismo las tablas de contingencia nos describirán de manera conjunta a dos o más variables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y familia.

Gráfica 4.1: Resultados de la tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.1: Tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad).

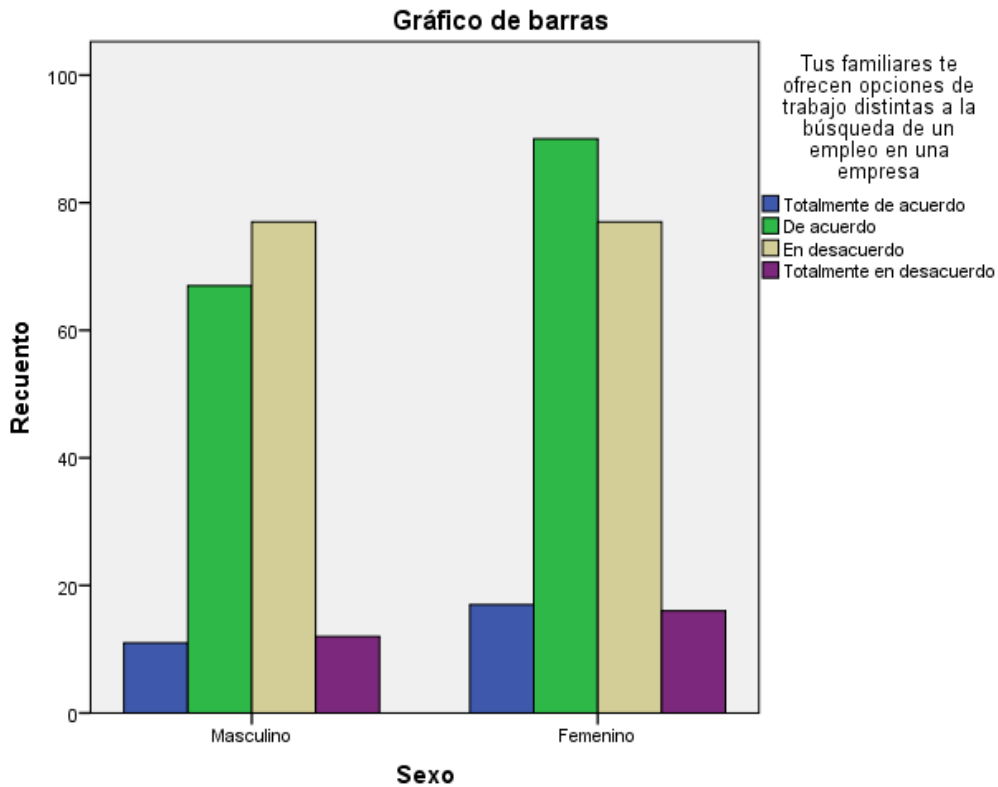
Tabla de contingencia Sexo * Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad

Recuento		Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	105	36	23	3	167
	Femenino	124	43	29	4	200
Total		229	79	52	7	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Como se puede observar en los resultados obtenidos, la familia tiene una fuerte influencia en los alumnos en el sentido de ser mejor opción encontrar un buen empleo al finalizar sus estudios universitarios.

Gráfica 4.2: Resultados de la tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.2: Tabla de contingencia variables *género* y *familia* (Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa).

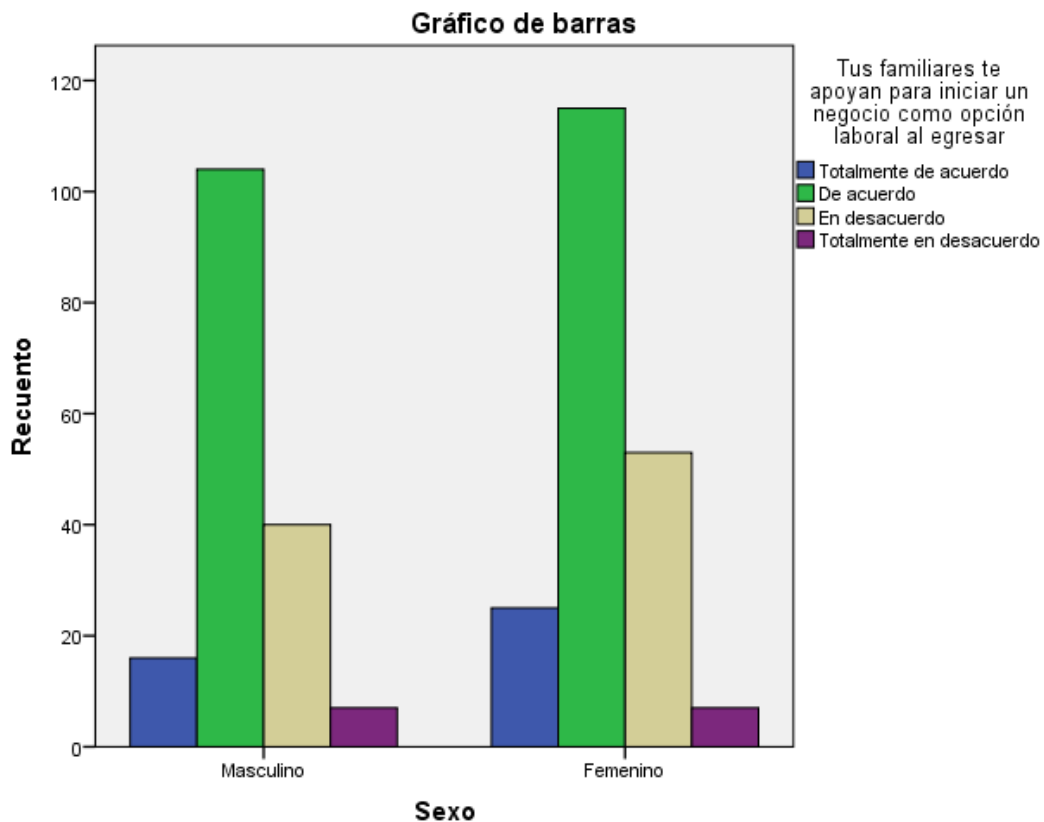
Tabla de contingencia Sexo * Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa

		Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	11	67	77	12	167
	Femenino	17	90	77	16	200
Total		28	157	154	28	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que la familia en relación a ofrecer opciones distintas a la búsqueda de un empleo, se encuentra en el rango medio, en el sentido que si hay familias que apoyan esta opción pero no de manera contundente.

Gráfica 4.3: Resultados de la tabla de contingencia variables *género* y *familia* (Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.3: Tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar).

Tabla de contingencia Sexo * Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar

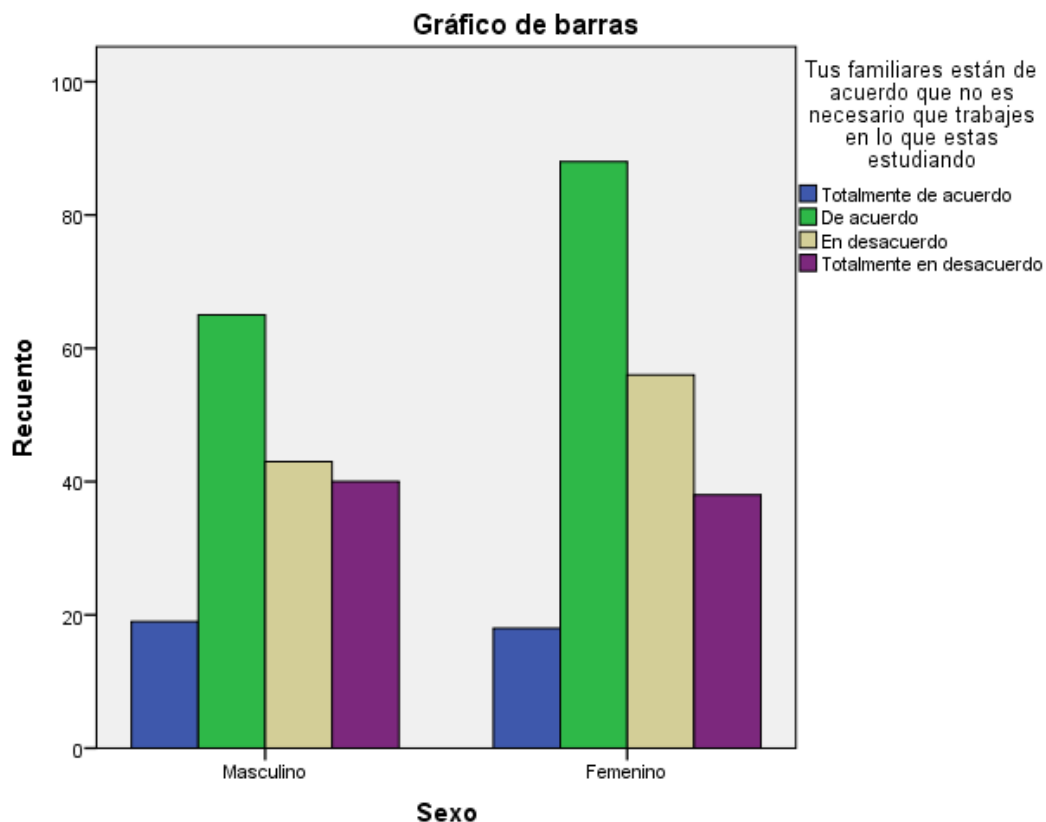
Recuento

		Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	16	104	40	7	167
	Femenino	25	115	53	7	200
Total		41	219	93	14	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que si existe apoyo hacia ambos sexos en relación a iniciar un negocio como opción laboral al finalizar sus estudios universitarios. Pero también podemos observar que en algunos casos dicho apoyo no es del todo viable.

Gráfica 4.4: Resultados de la tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.4: Tabla de contingencia variables *género* y *familia* (Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando).

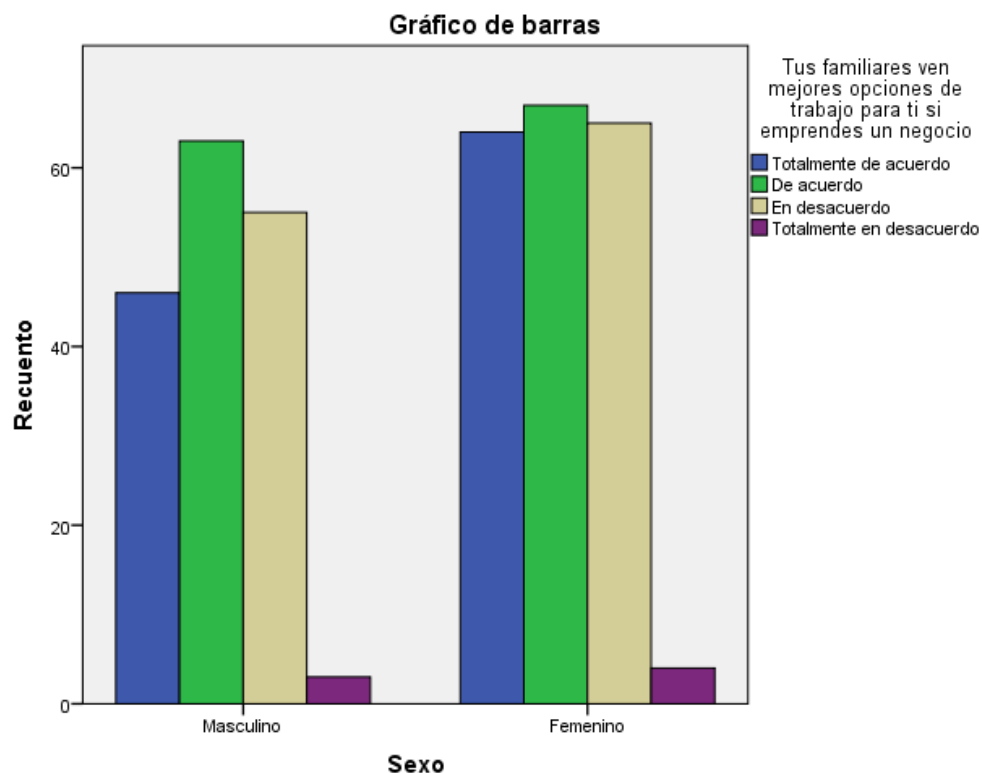
Tabla de contingencia Sexo * Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando

Recuento		Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	19	65	43	40	167
	Femenino	18	88	56	38	200
Total		37	153	99	78	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El resultado muestra que la familia no está del todo de acuerdo en que los egresados trabajen en algo distinto a lo que estudiaron.

Gráfica 4.5: Resultados de la tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.5: Tabla de contingencia variables género y familia (Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio).

Tabla de contingencia Sexo * Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio

Recuento		Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	46	63	55	3	167
	Femenino	64	67	65	4	200
Total		110	130	120	7	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Como se puede observar, la familia muestra cierto nivel de aceptación en cuanto a que el egresado emprenda un negocio, pero también la incertidumbre se demuestra en los resultados.

Tabla 4.6: Tabla de contingencia variables género y familia (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

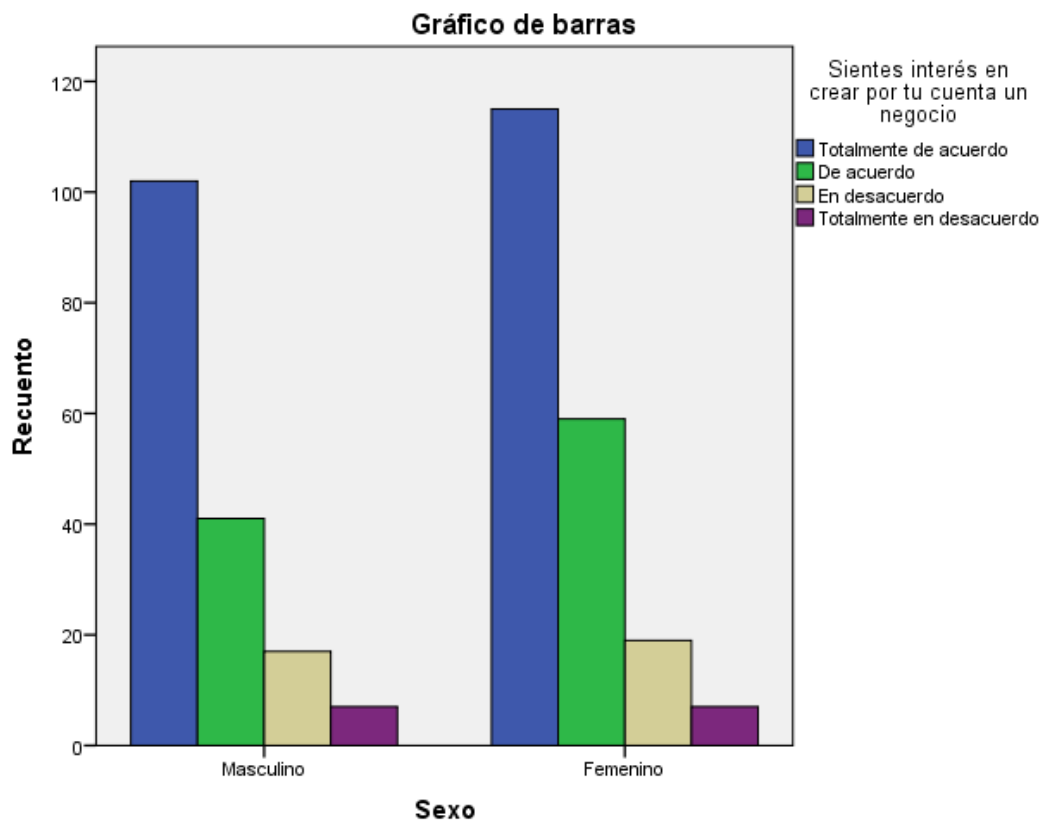
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.6, valida los resultados obtenidos entre las variables género y familia, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y edad.

Gráfica 4.6: Resultados de la tabla de contingencia variables género y edad (Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.7: Tabla de contingencia variables género y edad (Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio).

Tabla de contingencia Sexo * Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio

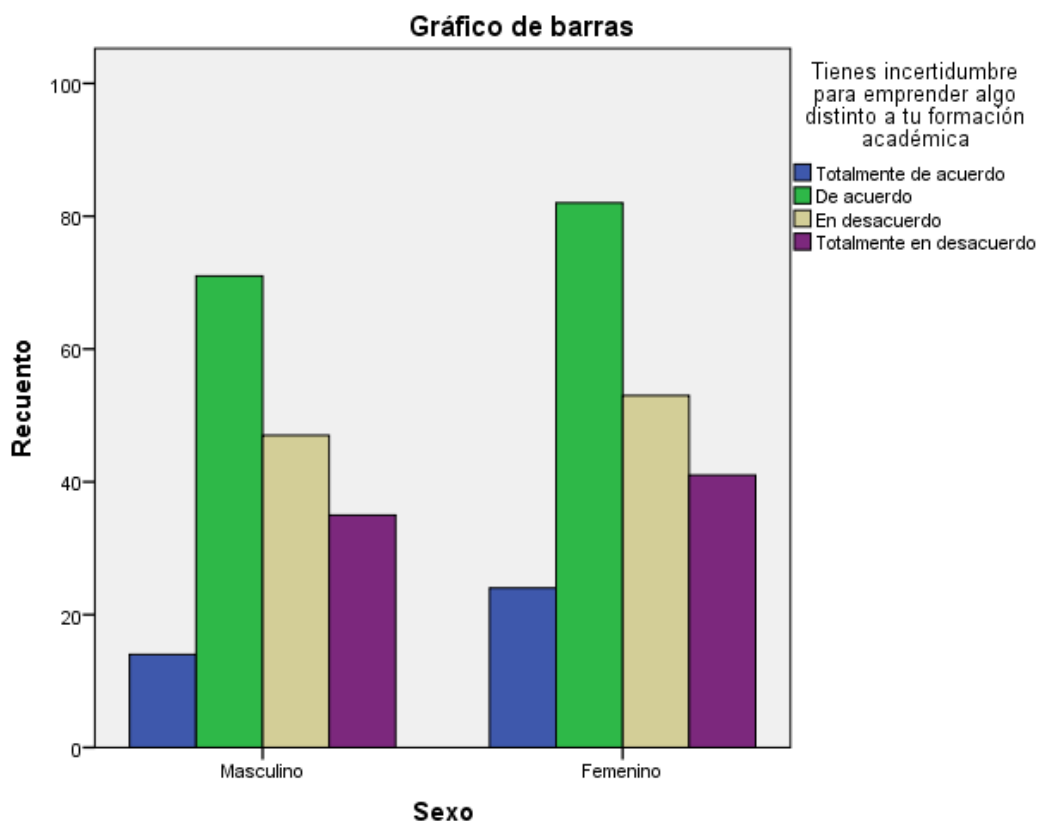
Recuento

		Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	102	41	17	7	167
	Femenino	115	59	19	7	200
Total		217	100	36	14	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran un gran interés de los alumnos, por emprender un negocio por cuenta propia.

Gráfica 4.7: Resultados de la tabla de contingencia variables género y edad (Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.8: Tabla de contingencia variables género y edad (Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica).

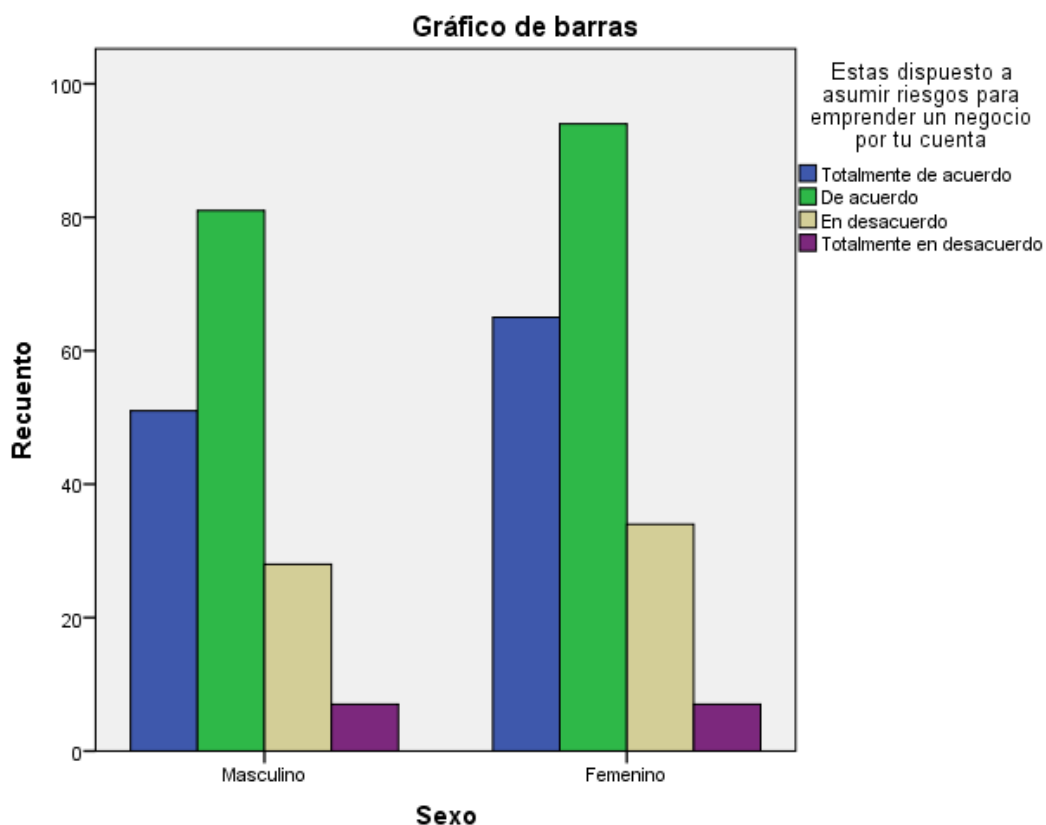
Tabla de contingencia Sexo * Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica

		Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	14	71	47	35	167
	Femenino	24	82	53	41	200
Total		38	153	100	76	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.8, demuestra cierta incertidumbre entre los alumnos para emprender algo distinto a su formación académica.

Gráfica 4.8: Resultados de la tabla de contingencia variables género y edad (Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.9: Tabla de contingencia variables género y edad (Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta).

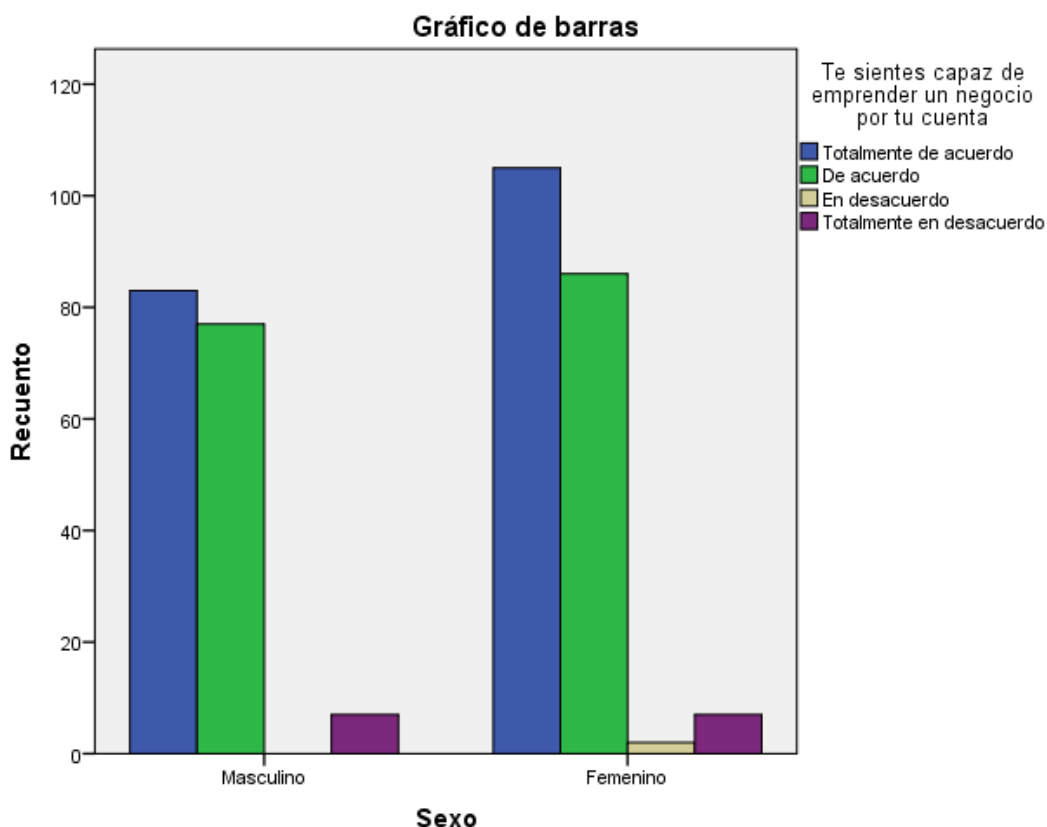
Tabla de contingencia Sexo * Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta

Recuento		Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	51	81	28	7	167
	Femenino	65	94	34	7	200
Total		116	175	62	14	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El análisis de estas variables, nos permite visualizar que los alumnos están dispuestos a asumir riesgos para emprender un negocio.

Gráfica 4.9: Resultados de la tabla de contingencia variables género y edad (Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.10: Tabla de contingencia variables género y edad (Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta).

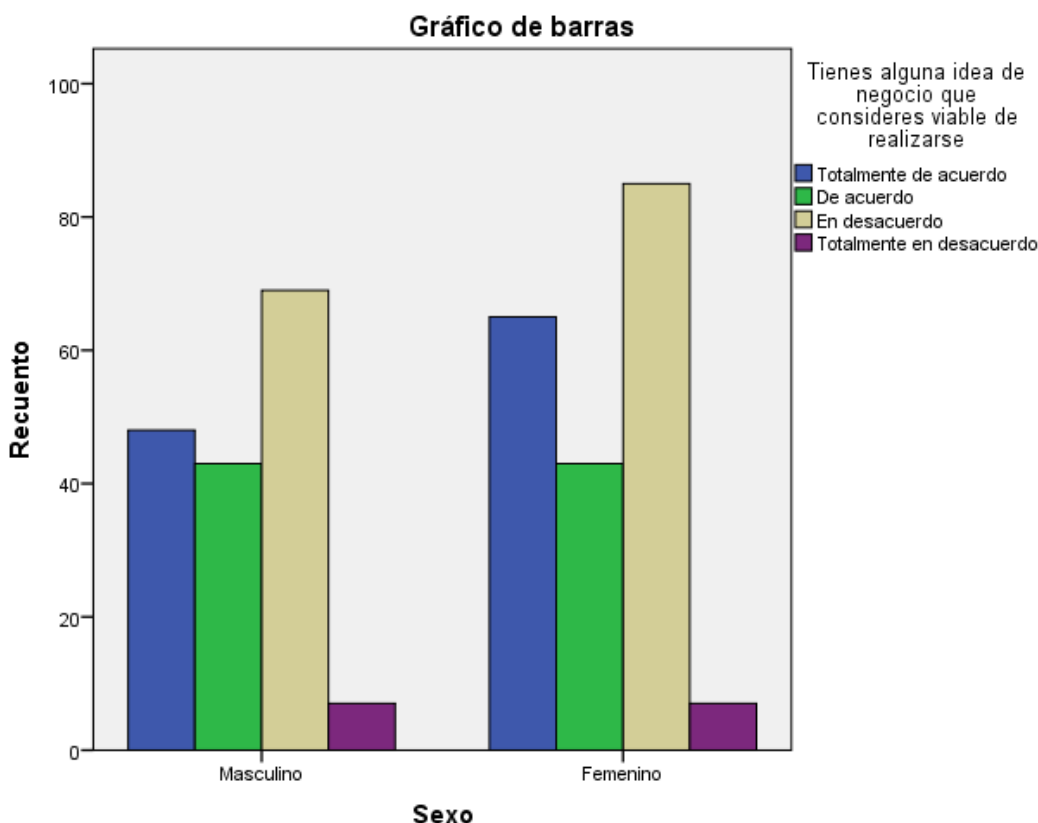
Tabla de contingencia Sexo * Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta

Recuento		Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	83	77	0	7	167
	Femenino	105	86	2	7	200
Total		188	163	2	14	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos muestran una gran capacidad por parte de los alumnos para emprender por su cuenta un negocio.

Gráfica 4.10: Resultados de la tabla de contingencia variables género y edad (Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.11: Tabla de contingencia variables género y edad (Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse).

Tabla de contingencia Sexo * Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse

		Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	48	43	69	7	167
	Femenino	65	43	85	7	200
Total		113	86	154	14	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El resultado obtenido, es sumamente interesante, ya que los alumnos no tienen una idea clara de negocio que sea viable.

Tabla 4.12: Tabla de contingencia variables género y edad (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

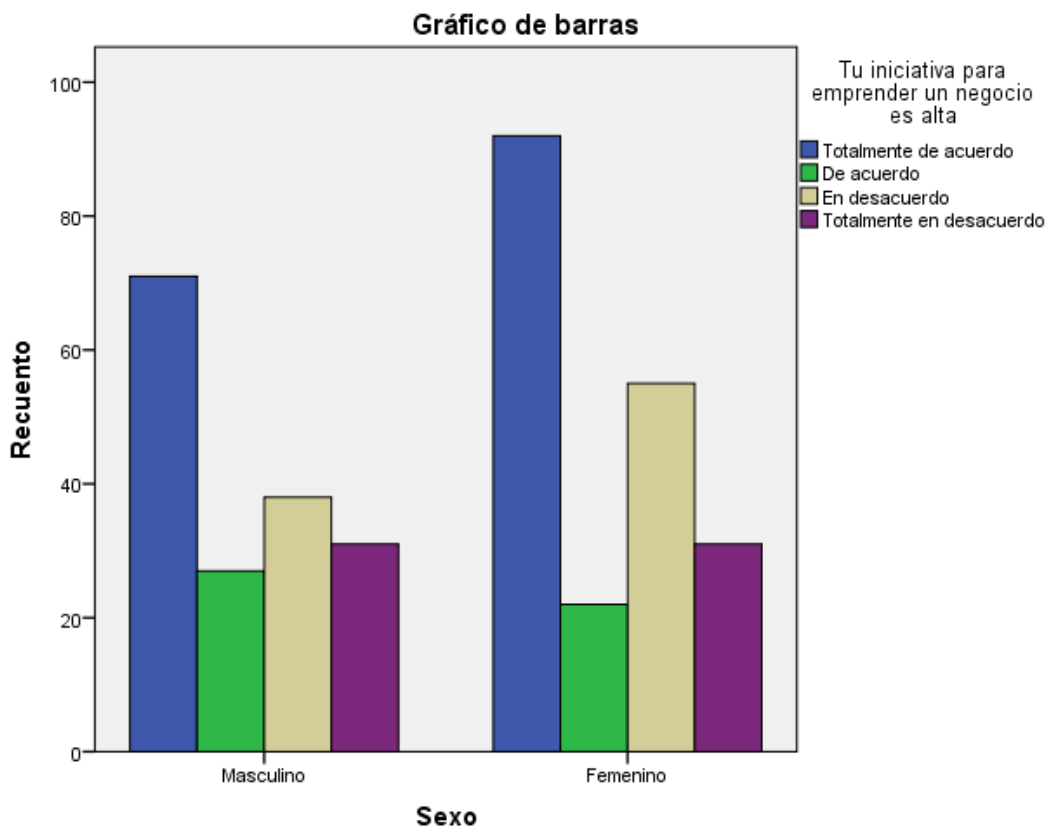
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Tienes alguna idea de negocio que consideres viable de realizarse	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.12, valida los resultados obtenidos entre variables género y edad, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán resultados de variable género.

Gráfica 4.11: Resultados de la tabla de contingencia variable género (Tu iniciativa para emprender un negocio es alta).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.13: Tabla de contingencia variable género (Tu iniciativa para emprender un negocio es alta).

Tabla de contingencia Sexo * Tu iniciativa para emprender un negocio es alta

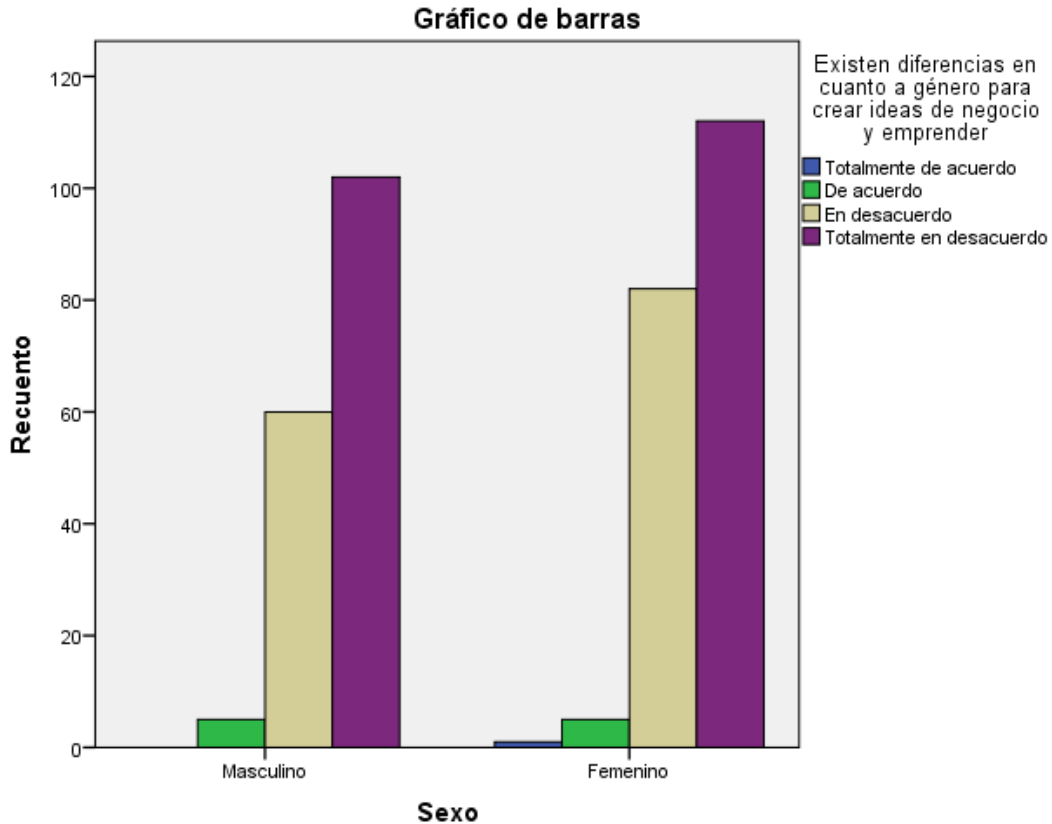
Recuento

		Tu iniciativa para emprender un negocio es alta				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	71	27	38	31	167
	Femenino	92	22	55	31	200
Total		163	49	93	62	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los alumnos muestran regular iniciativa en cuanto a emprender un negocio, pero un gran número de ellos no la tiene definida.

Gráfica 4.12: Resultados de la tabla de contingencia variable género (Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.14: Tabla de contingencia variable género (Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender).

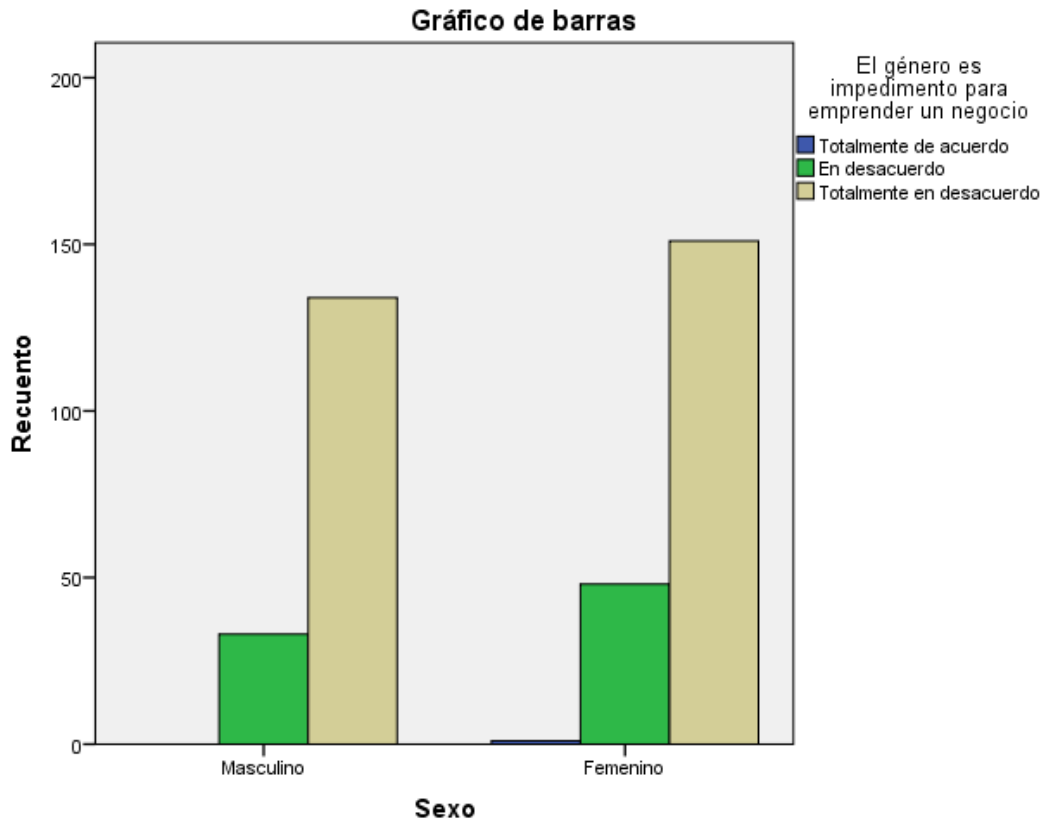
Tabla de contingencia Sexo * Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender

Recuento		Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	5	60	102	167
	Femenino	1	5	82	112	200
Total		1	10	142	214	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El resultado de la variable analizada, es contundente, los alumnos no sienten que exista diferencia para emprender con respecto al género.

Gráfica 4.13: Resultados de la tabla de contingencia variable género (El género es impedimento para emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.15: Tabla de contingencia variable género (El género es impedimento para emprender un negocio).

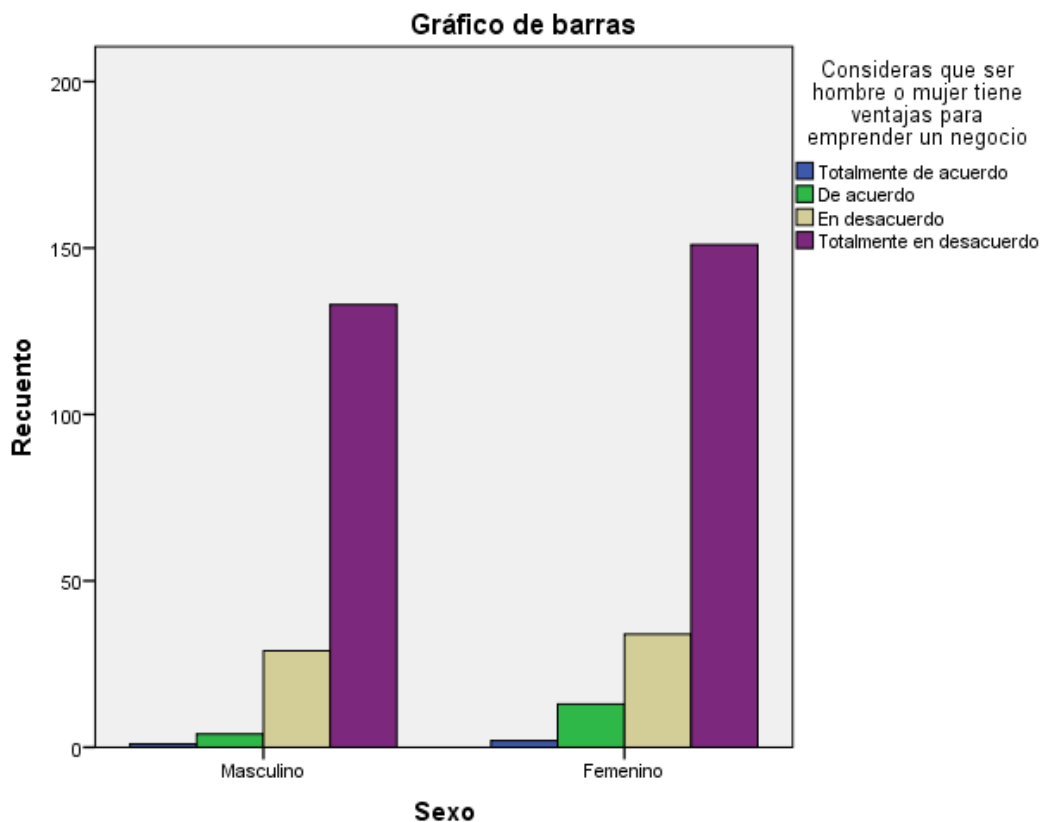
Tabla de contingencia Sexo * El género es impedimento para emprender un negocio

Recuento		El género es impedimento para emprender un negocio			Total
		Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	33	134	167
	Femenino	1	48	151	200
Total		1	81	285	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Nuevamente nos damos cuenta que el resultado de la variable es contundente, los alumnos no encuentran impedimento alguno en cuanto al género para emprender un negocio.

Gráfica 4.14: Resultados de la tabla de contingencia variable género (Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.16: Tabla de contingencia variable género (Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio).

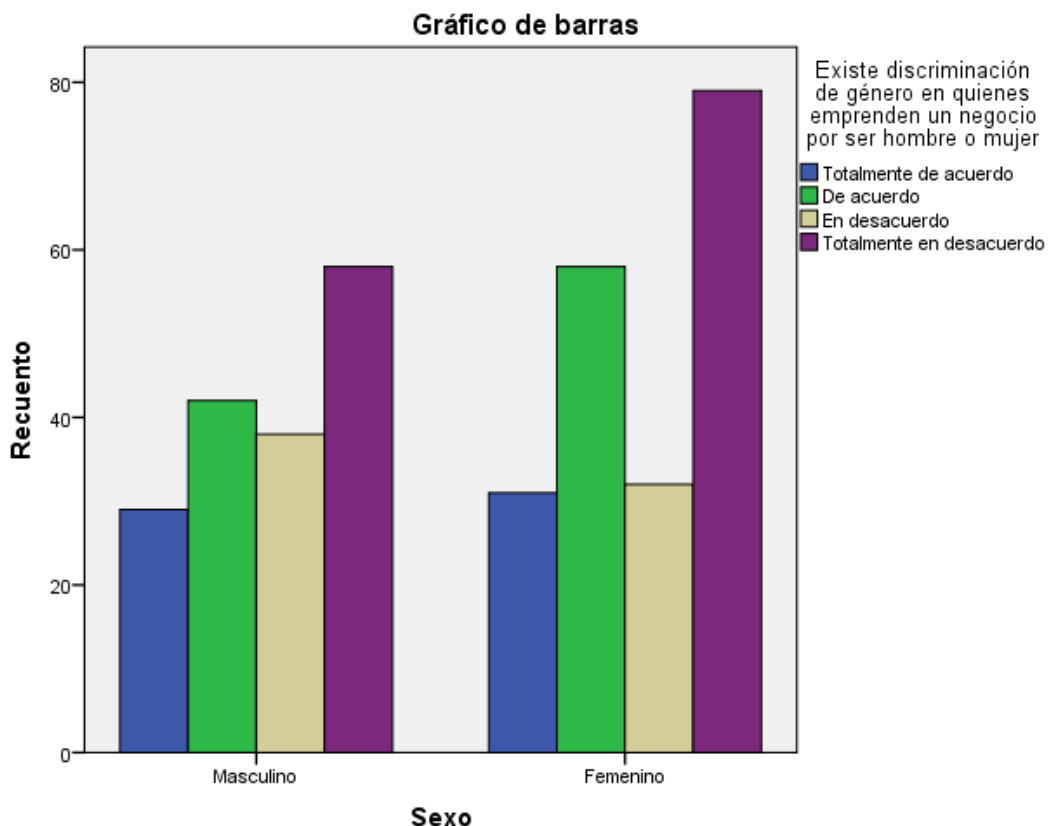
Tabla de contingencia Sexo * Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio

Recuento		Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	1	4	29	133	167
	Femenino	2	13	34	151	200
Total		3	17	63	284	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Otro resultado contundente, los alumnos no ven ventajas para emprender por el solo hecho de ser hombre o mujer.

Gráfica 4.15: Resultados de la tabla de contingencia variable género (Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.17: Tabla de contingencia variable género (Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer).

Tabla de contingencia Sexo * Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer

Recuento		Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	29	42	38	58	167
	Femenino	31	58	32	79	200
Total		60	100	70	137	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados de la variable sobre si existe discriminación de género para emprender un negocio, denotan cierto grado de discriminación, como lo perciben los alumnos.

Tabla 4.18: Tabla de contingencia variable género (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

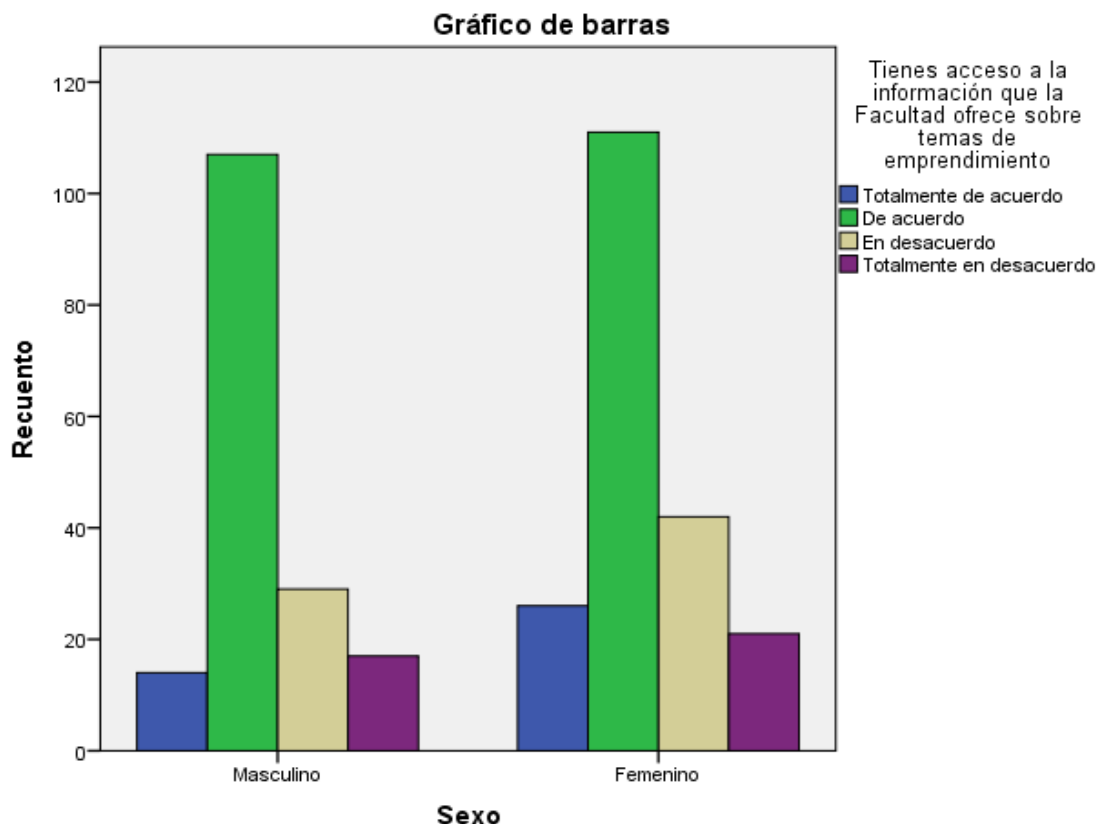
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Tu iniciativa para emprender un negocio es alta	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * El género es impedimento para emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.18, valida los resultados obtenidos de variable género, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género e institución educativa.

Gráfica 4.16: Resultados de la tabla de contingencia variables género e institución educativa (Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.19: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento).

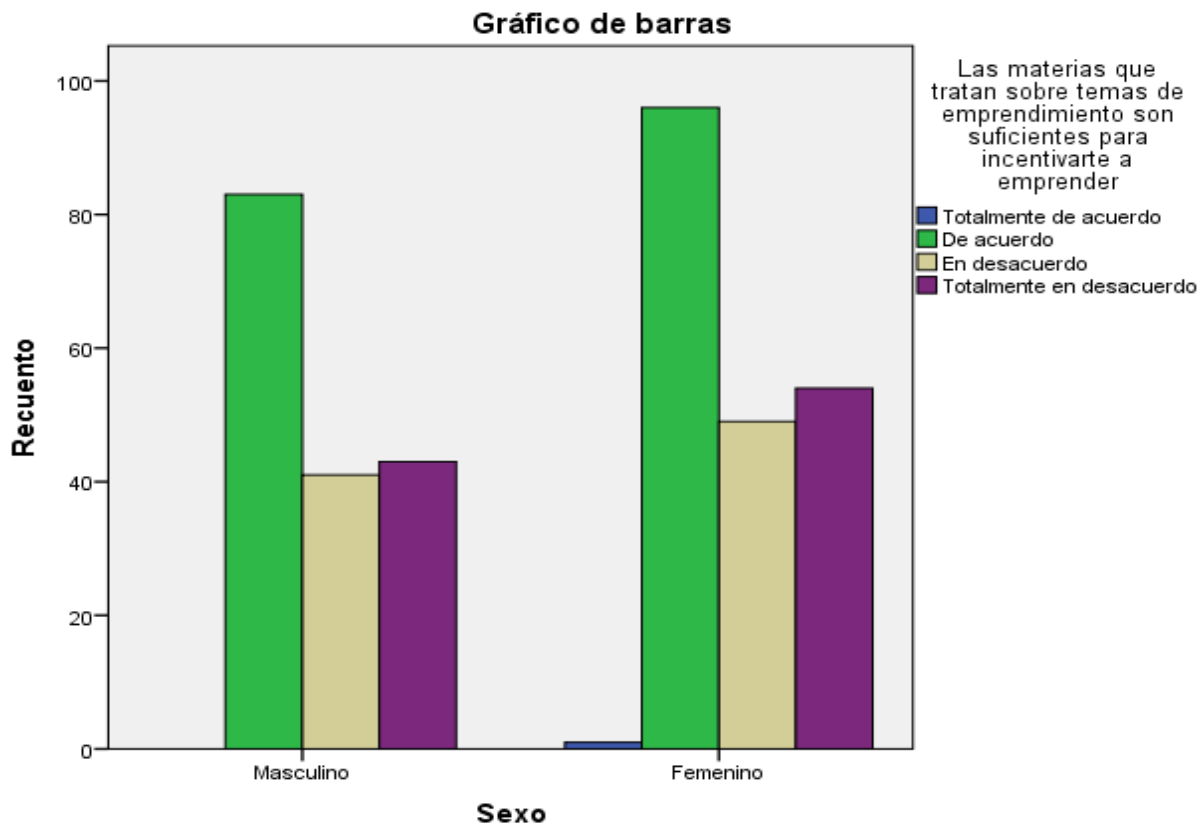
Tabla de contingencia Sexo * Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento

Recuento		Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	14	107	29	17	167
	Femenino	26	111	42	21	200
Total		40	218	71	38	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos, demuestran que la Facultad, está haciendo esfuerzos importantes para poner al alcance de los alumnos información relacionada a temas sobre emprendimiento.

Gráfica 4.17: Resultados de la tabla de contingencia variables género e institución educativa (Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.20: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender).

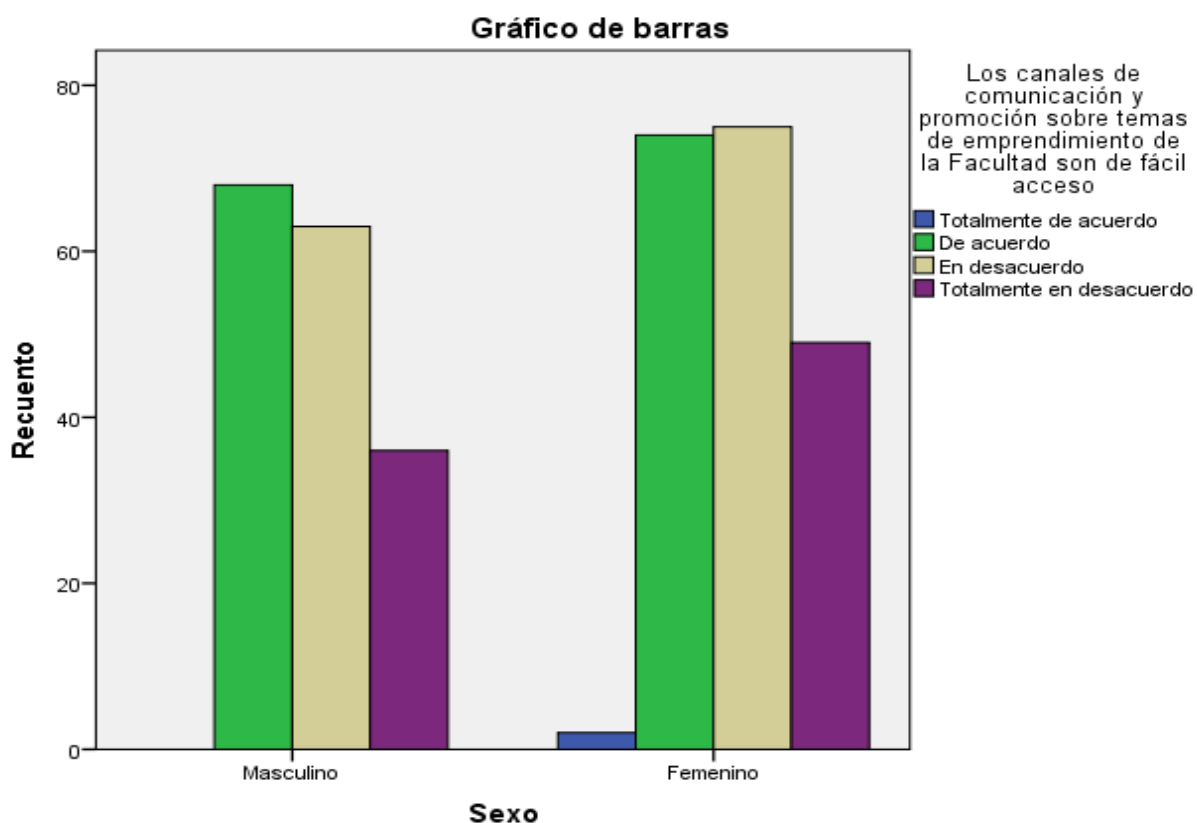
Tabla de contingencia Sexo * Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender

Recuento		Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	83	41	43	167
	Femenino	1	96	49	54	200
Total		1	179	90	97	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados, nos muestran que hay un nivel de impacto sobre los alumnos que han cursado materias que tratan temas de emprendimiento, sin embargo, un buen número de alumnos no tienen la misma opinión, es decir, no sienten impacto importante derivado de dichas materias.

Gráfica 4.18: Resultados de la tabla de contingencia variables género e institución educativa (Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.21: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso).

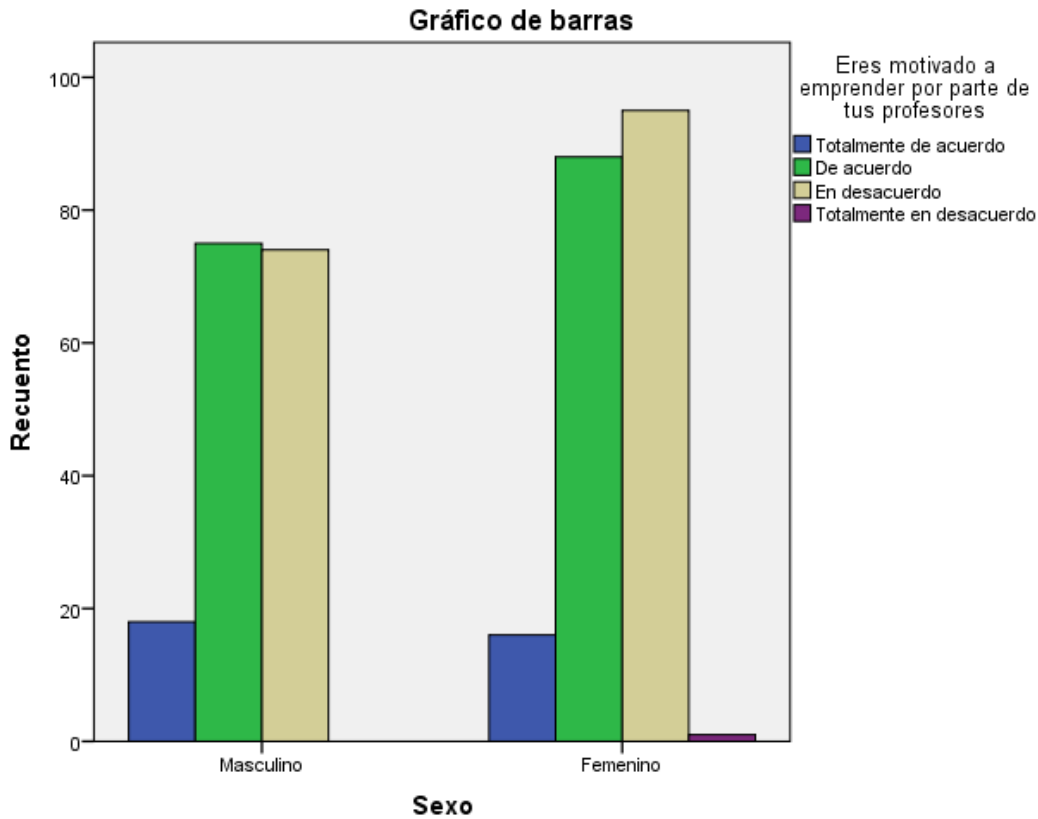
Tabla de contingencia Sexo * Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso

Recuento		Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	68	63	36	167
	Femenino	2	74	75	49	200
Total		2	142	138	85	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El resultado denota una tendencia negativa, los alumnos no consideran que los canales de comunicación y promoción de la Facultad sean fáciles de acceder, no hay duda que es un área de oportunidad para la Facultad.

Gráfica 4.19: Resultados de la tabla de contingencia variables género e institución educativa (Eres motivado a emprender por parte de tus profesores).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.22: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Eres motivado a emprender por parte de tus profesores).

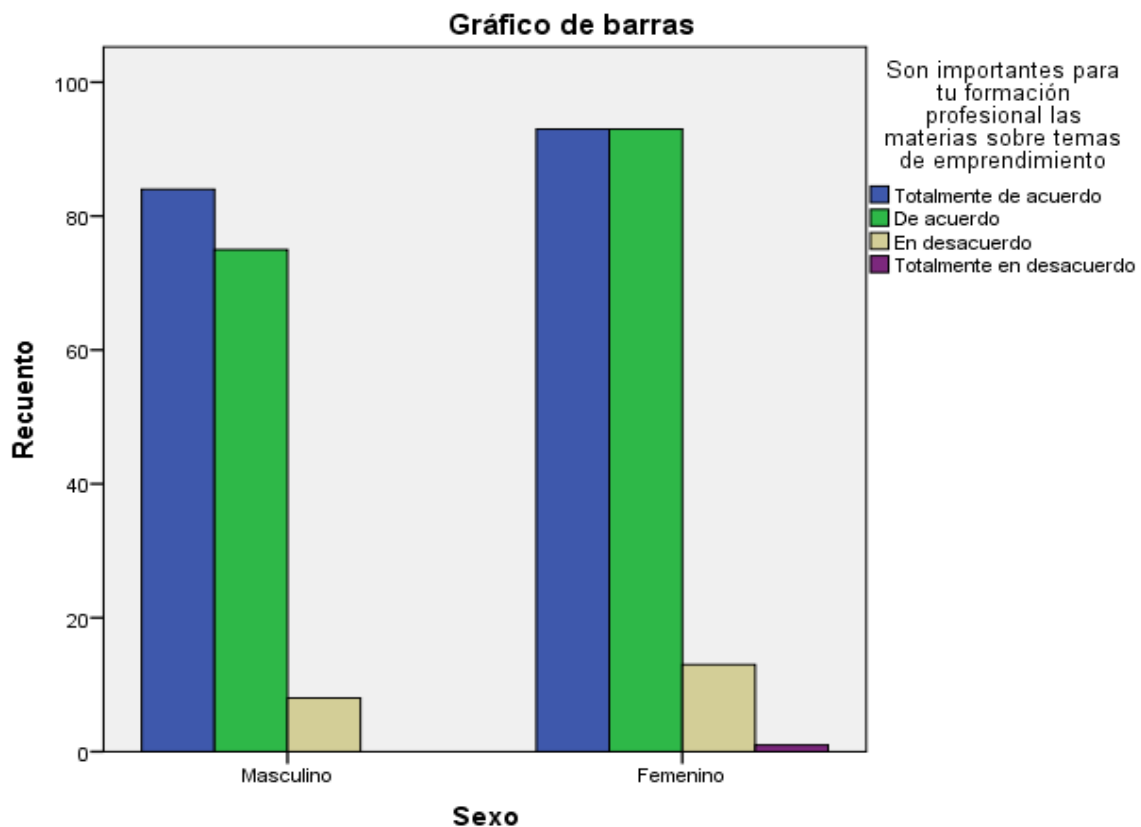
Tabla de contingencia Sexo * Eres motivado a emprender por parte de tus profesores

Recuento		Eres motivado a emprender por parte de tus profesores				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	18	75	74	0	167
	Femenino	16	88	95	1	200
Total		34	163	169	1	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados denotan que los profesores no son factor positivo sobre la motivación provocada hacia sus alumnos para emprender.

Gráfica 4.20: Resultados de la tabla de contingencia variables género e institución educativa (Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.23: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento).

Tabla de contingencia Sexo * Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento

Recuento

		Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	84	75	8	0	167
	Femenino	93	93	13	1	200
Total		177	168	21	1	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran la necesidad de los alumnos por obtener conocimientos en temas de emprendimiento, sin duda surge otra importante área de oportunidad para la Facultad en el sentido de desarrollar dentro de su actividad emprendedora, conocimiento sobre emprendimiento.

Tabla 4.24: Tabla de contingencia variables género e institución educativa (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

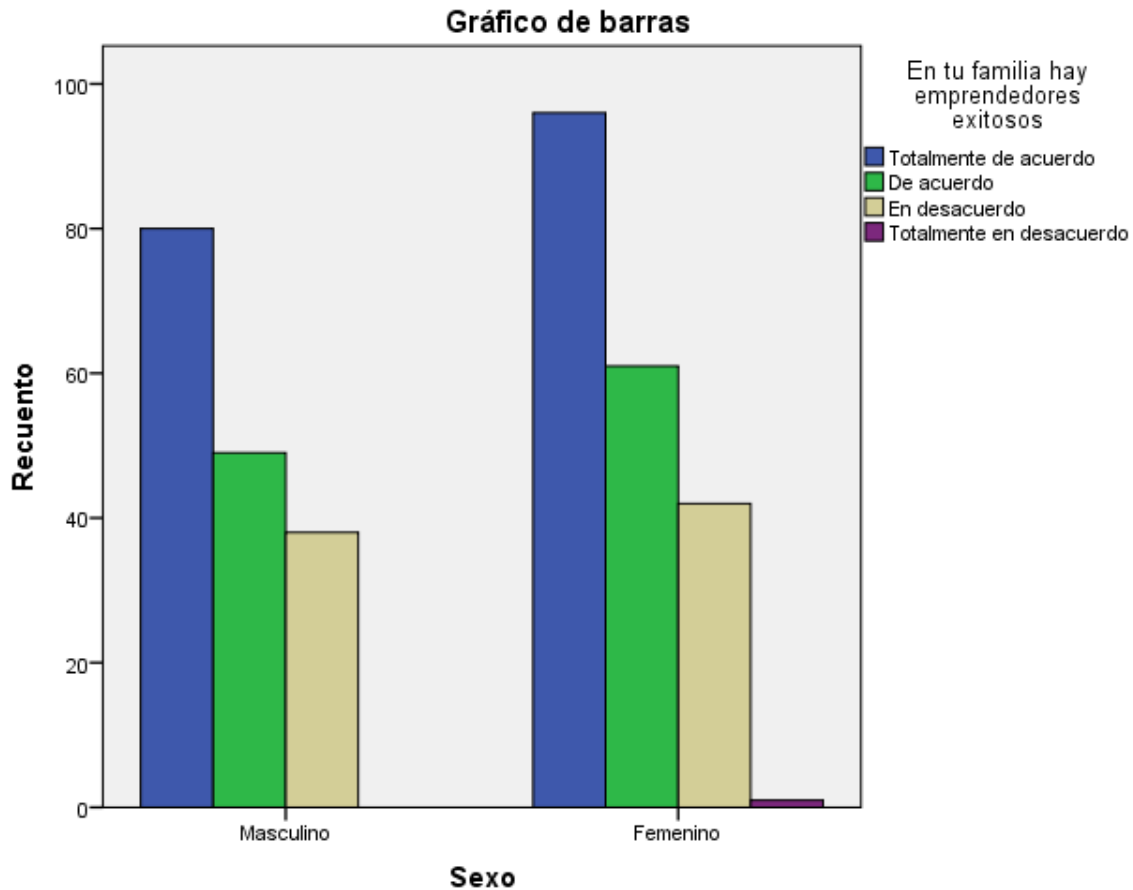
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar a emprender	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento de la Facultad son de fácil acceso	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Eres motivado a emprender por parte de tus profesores	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.24, valida los resultados de variables género e institución educativa, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y antecedentes emprendedores familiares.

Gráfica 4.21: Resultados de la tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (En tu familia hay emprendedores exitosos).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.25: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (En tu familia hay emprendedores exitosos).

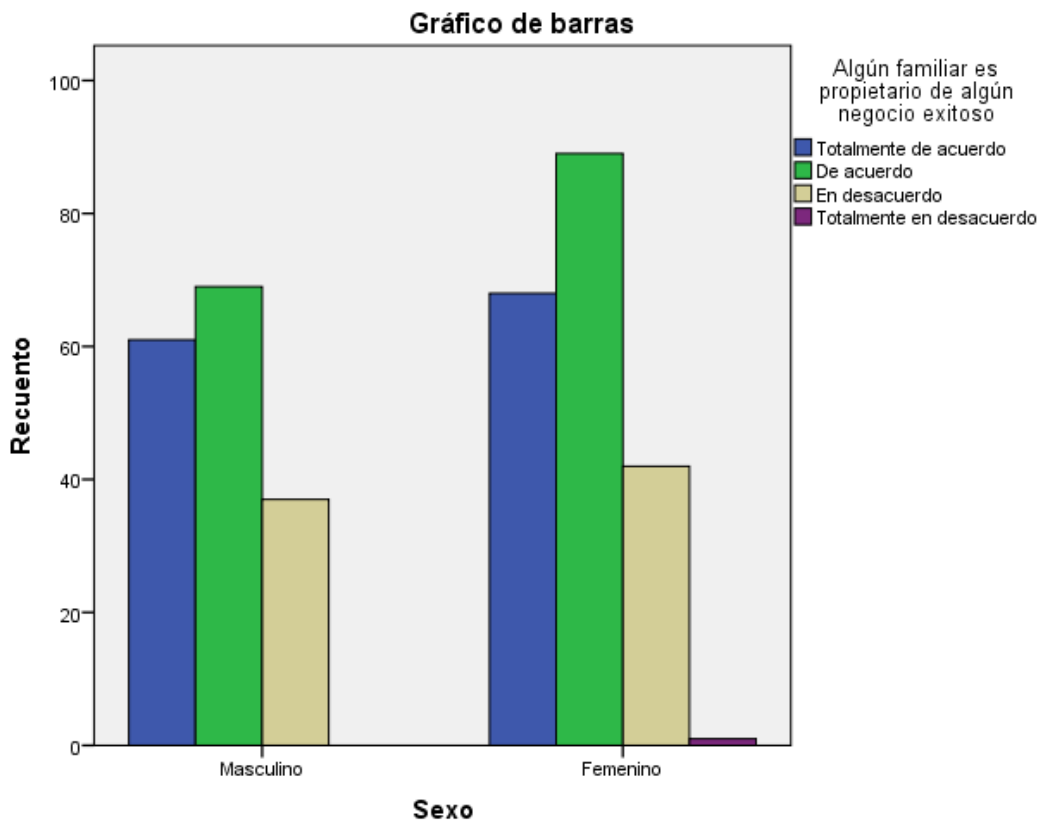
Tabla de contingencia Sexo * En tu familia hay emprendedores exitosos

Recuento		En tu familia hay emprendedores exitosos				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	80	49	38	0	167
	Femenino	96	61	42	1	200
Total		176	110	80	1	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que los alumnos cuentan con familiares que han emprendido un negocio.

Gráfica 4.22: Resultados de la tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.26: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso).

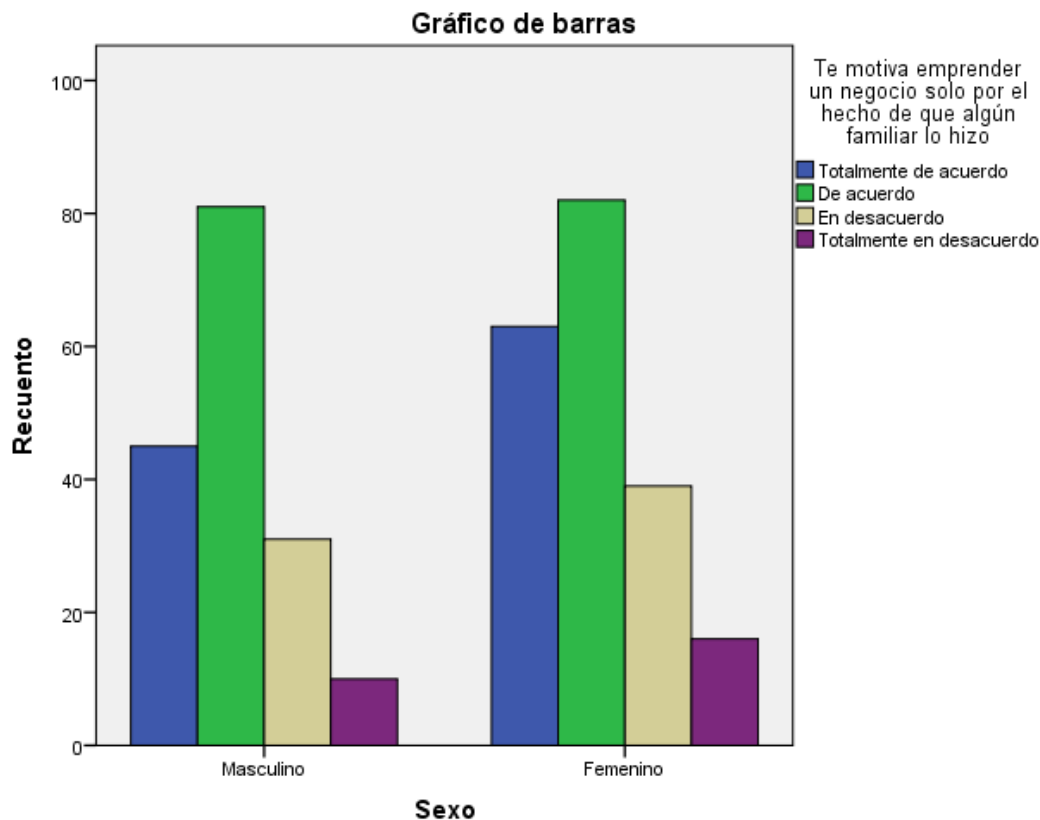
Tabla de contingencia Sexo * Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso

Recuento		Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	61	69	37	0	167
	Femenino	68	89	42	1	200
Total		129	158	79	1	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados denotan que los alumnos tienen familiares con negocios exitosos, sin embargo, también hay un buen número de alumnos que no lo tienen.

Gráfica 4.23: Resultados de la tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.27: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo).

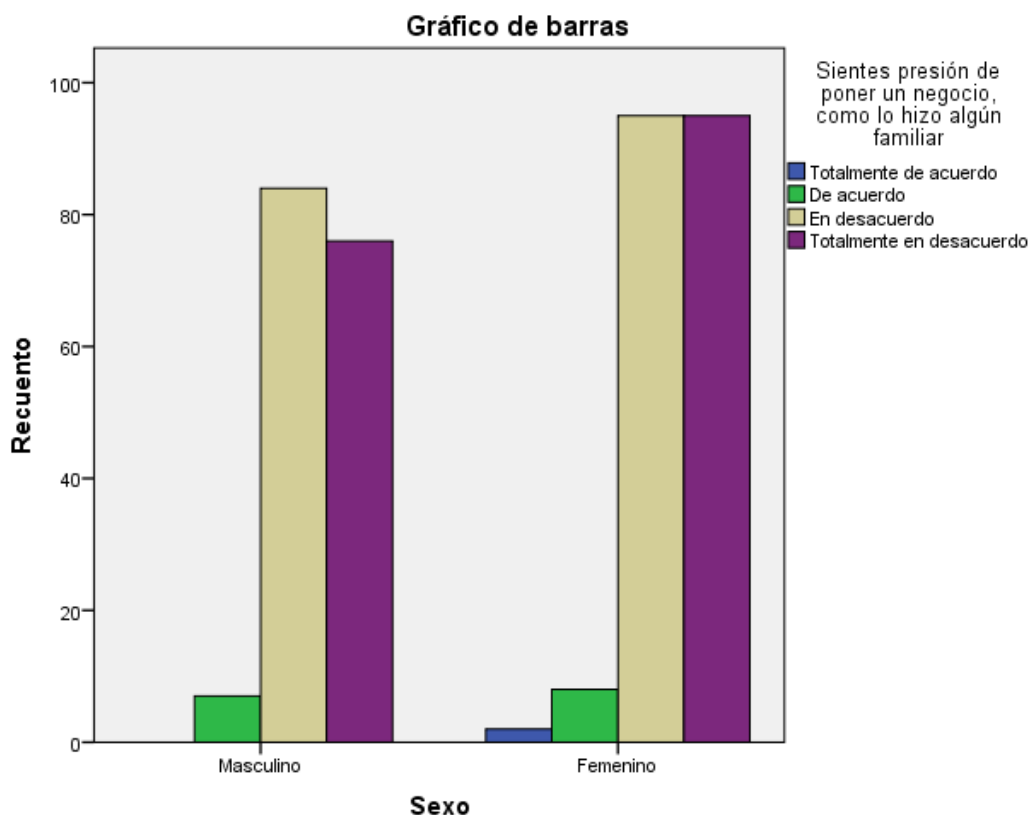
Tabla de contingencia Sexo * Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo

		Recuento				Total
		Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo				
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	45	81	31	10	167
	Femenino	63	82	39	16	200
Total		108	163	70	26	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que los alumnos se sienten motivados por el hecho que algún familiar emprendió un negocio, aunque un número de alumnos, no sienten esa motivación.

Gráfica 4.24: Resultados de la tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Sientes presión de poner un negocio como lo hizo algún familiar).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.28: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Sientes presión de poner un negocio como lo hizo algún familiar).

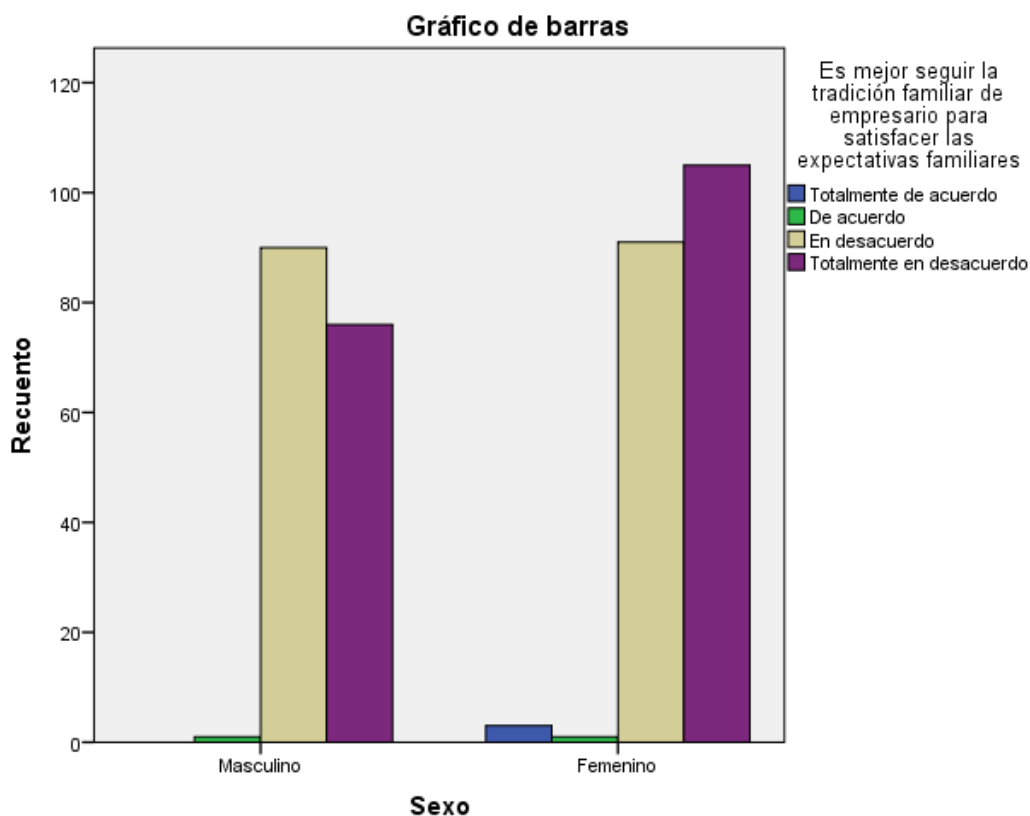
Tabla de contingencia Sexo * Sientes presión de poner un negocio, como lo hizo algún familiar

Recuento		Sientes presión de poner un negocio, como lo hizo algún familiar				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	7	84	76	167
	Femenino	2	8	95	95	200
Total		2	15	179	171	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados denotan que los alumnos, no sienten presión alguna en emprender un negocio para emular a alguno de sus familiares que lo hizo.

Gráfica 4.25: Resultados de la tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.29: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares).

Tabla de contingencia Sexo * Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares

Recuento		Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	1	90	76	167
	Femenino	3	1	91	105	200
Total		3	2	181	181	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados son contundentes, en el sentido que los alumnos no consideran seguir la tradición familiar empresarial, solo para satisfacer las expectativas familiares.

Tabla 4.30: Tabla de contingencia variables género y antecedentes emprendedores familiares (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

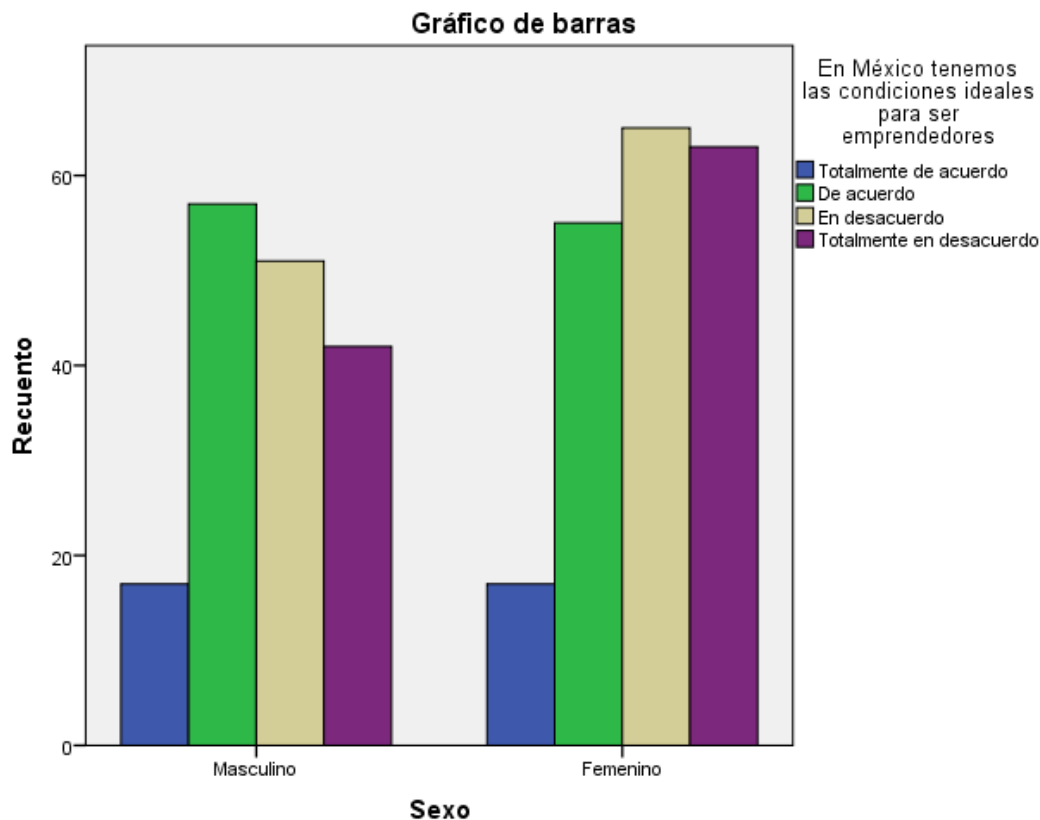
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * En tu familia hay emprendedores exitosos	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Sientes presión de poner un negocio, como lo hizo algún familiar	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.30, valida los resultados de variables género y antecedentes emprendedores familiares, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables de género y entorno de desarrollo social y económico.

Gráfica 4.26: Resultados de la tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.31: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores).

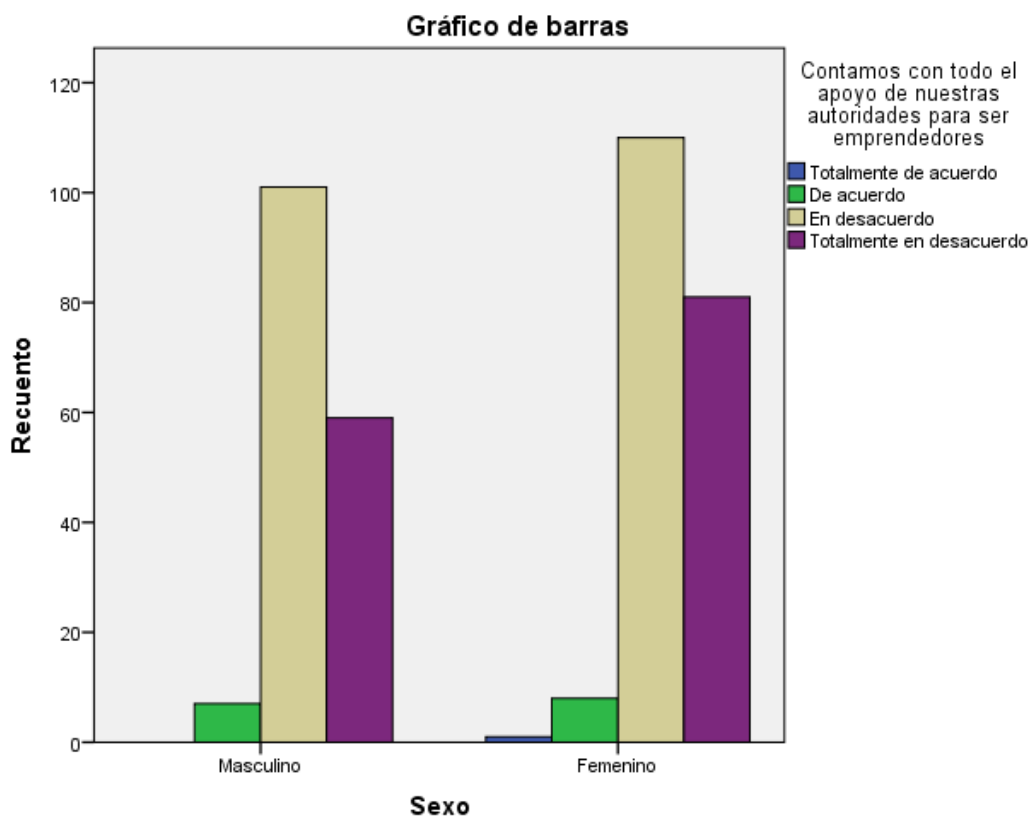
Tabla de contingencia Sexo * En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores

Recuento		En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	17	57	51	42	167
	Femenino	17	55	65	63	200
Total		34	112	116	105	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que para los alumnos, en México se tienen las condiciones ideales para emprender.

Gráfica 4.27: Resultados de la tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.32: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores).

Tabla de contingencia Sexo * Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores

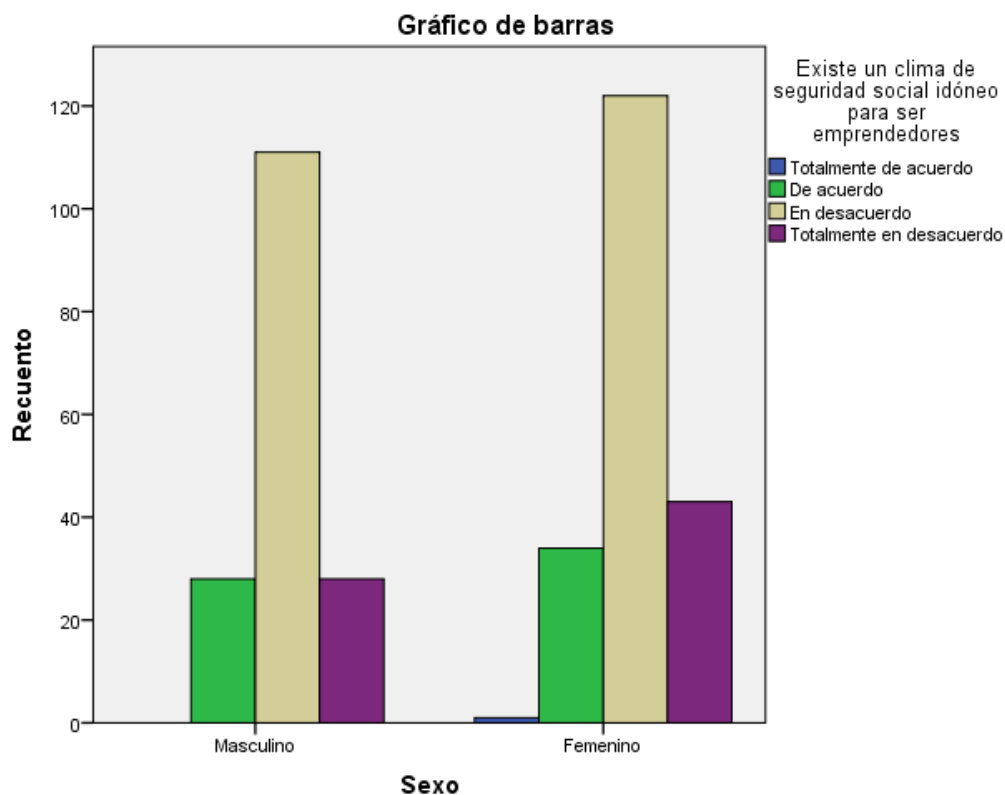
Recuento

		Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	7	101	59	167
	Femenino	1	8	110	81	200
Total		1	15	211	140	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que para los alumnos, no cuentan con apoyo de parte de las autoridades, para ser emprendedores.

Gráfica 4.28: Resultados de la tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Existe un clima de seguridad idóneo para ser emprendedores).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.33: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Existe un clima de seguridad idóneo para ser emprendedores).

Tabla de contingencia Sexo * Existe un clima de seguridad social idóneo para ser emprendedores

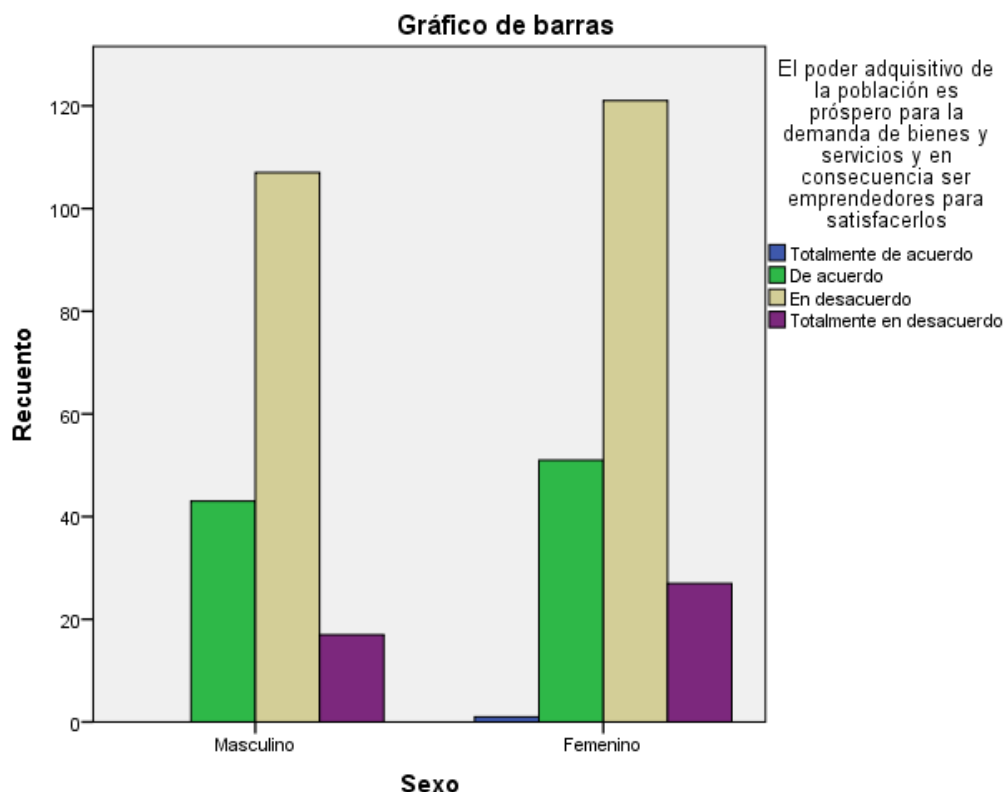
Recuento

		Existe un clima de seguridad social idóneo para ser emprendedores				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	28	111	28	167
	Femenino	1	34	122	43	200
Total		1	62	233	71	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

El resultado denota que para los alumnos, no existe un clima de seguridad social que permita el emprendimiento en nuestro país.

Gráfica 4.29: Resultados de la tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.34: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos).

Tabla de contingencia Sexo * El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos

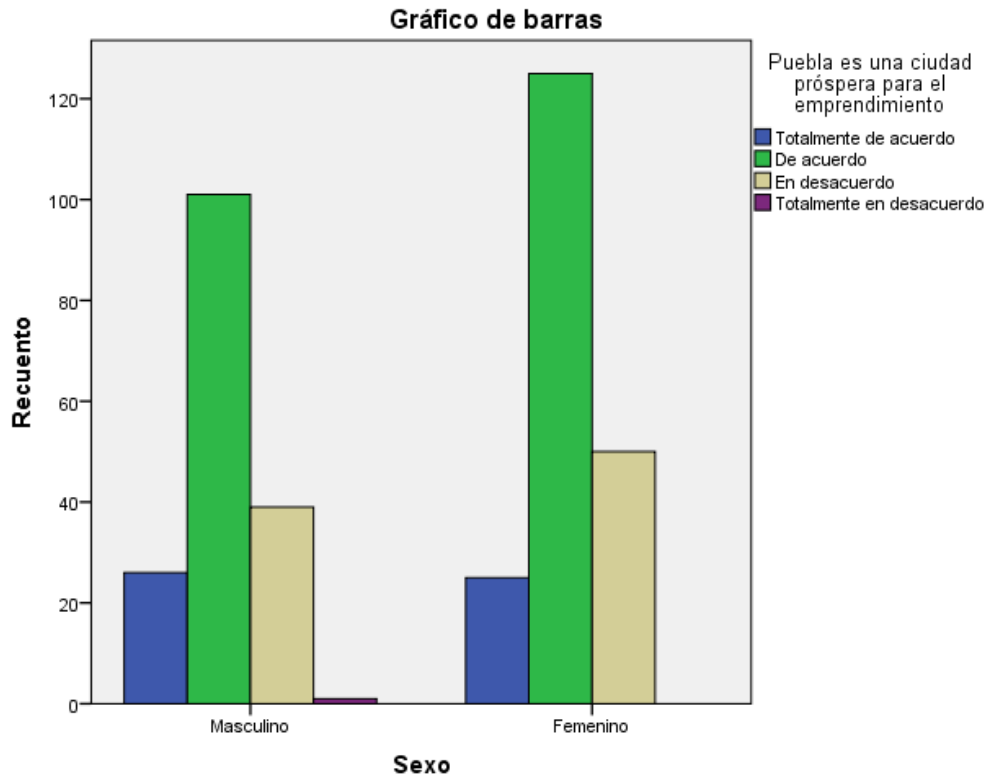
		El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	43	107	17	167
	Femenino	1	51	121	27	200
Total		1	94	228	44	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran un alto grado de desacuerdo sobre el poder adquisitivo de la población, en el sentido que los alumnos consideran que la gente no tiene

recursos económicos para crear la demanda necesaria que les permita emprender en cuanto a la generación de bienes y servicios que satisfagan dicha demanda.

Gráfica 4.30: Resultados de la tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.35: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento).

Tabla de contingencia Sexo * Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento

		Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	26	101	39	1	167
	Femenino	25	125	50	0	200
Total		51	226	89	1	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados son alentadores en cuanto a nuestro Estado, los alumnos muestran confianza en Puebla, de tal forma que la consideran una ciudad próspera para el emprendimiento.

Tabla 4.36: Tabla de contingencia variables género y entorno de desarrollo social y económico (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

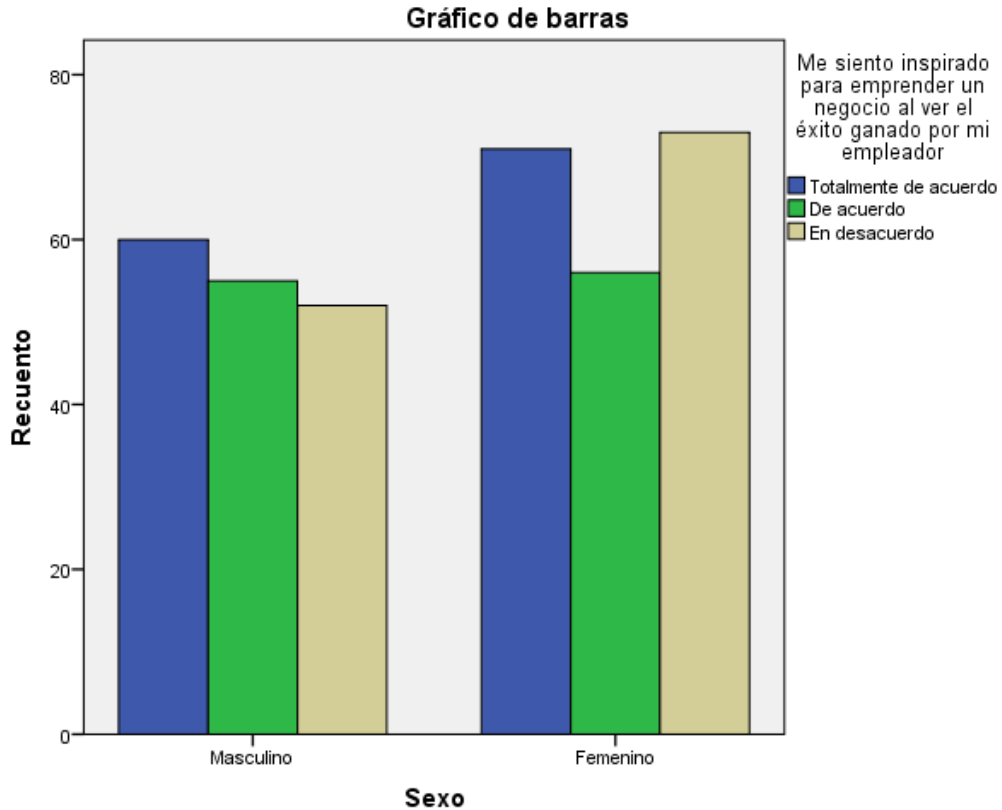
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Existe un clima de seguridad social idóneo para ser emprendedores	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.36, valida los resultados de variables género y entorno de desarrollo social y económico, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y experiencia laboral previa.

Gráfica 4.31: Resultados de la tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.37: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador).

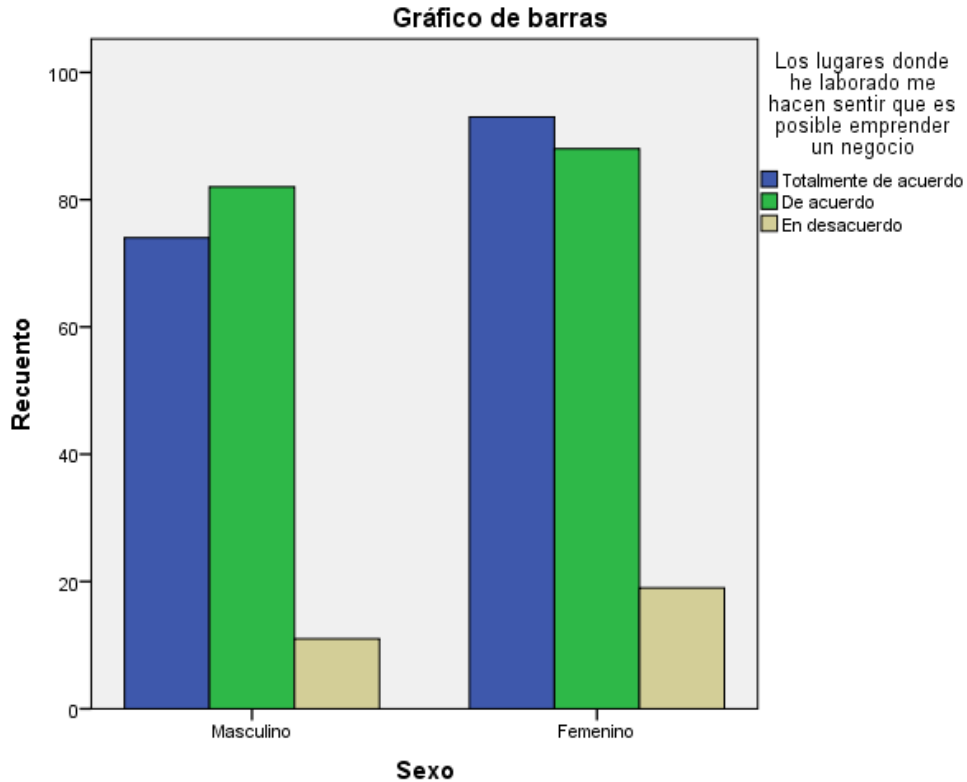
Tabla de contingencia Sexo * Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador

Recuento		Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador			Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	
Sexo	Masculino	60	55	52	167
	Femenino	71	56	73	200
Total		131	111	125	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que para los alumnos, la inspiración derivada de sus empleadores exitosos, es factor para emprender.

Gráfica 4.32: Resultados de la tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.38: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio).

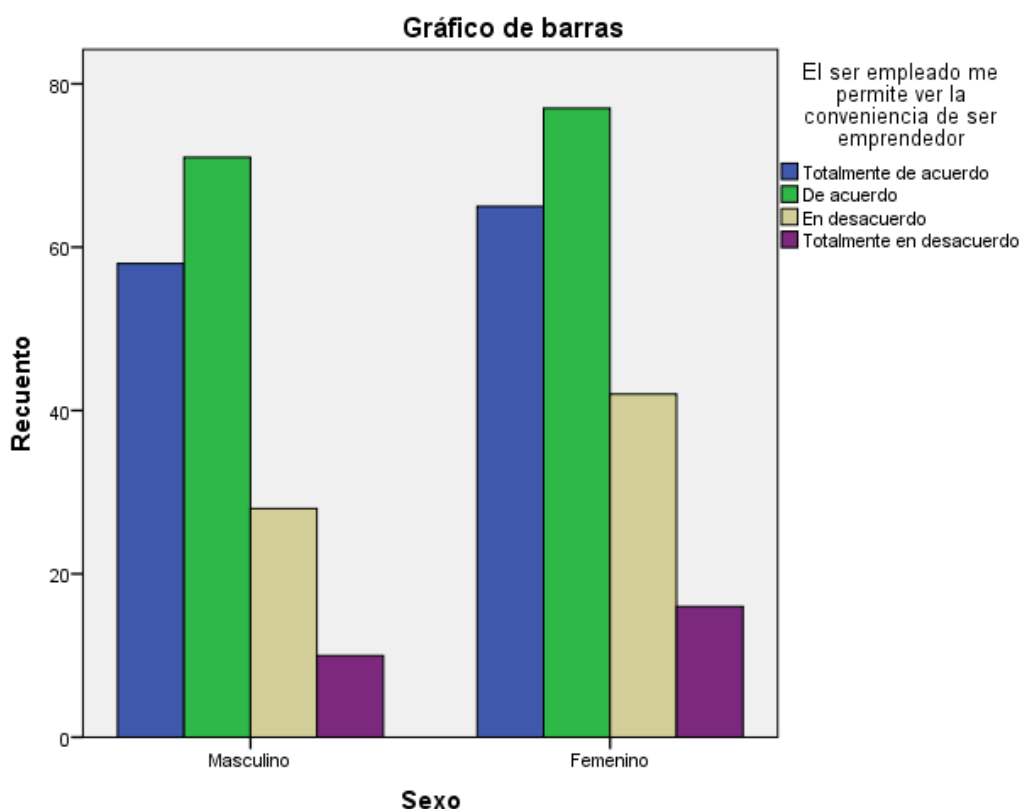
Tabla de contingencia Sexo * Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio

Recuento		Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio			Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	
Sexo	Masculino	74	82	11	167
	Femenino	93	88	19	200
Total		167	170	30	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos muestran la influencia que ejerce sobre los alumnos, el hecho de tener experiencia laboral, y sentirse con posibilidades de emprender un negocio.

Gráfica 4.33: Resultados de la tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.39: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor).

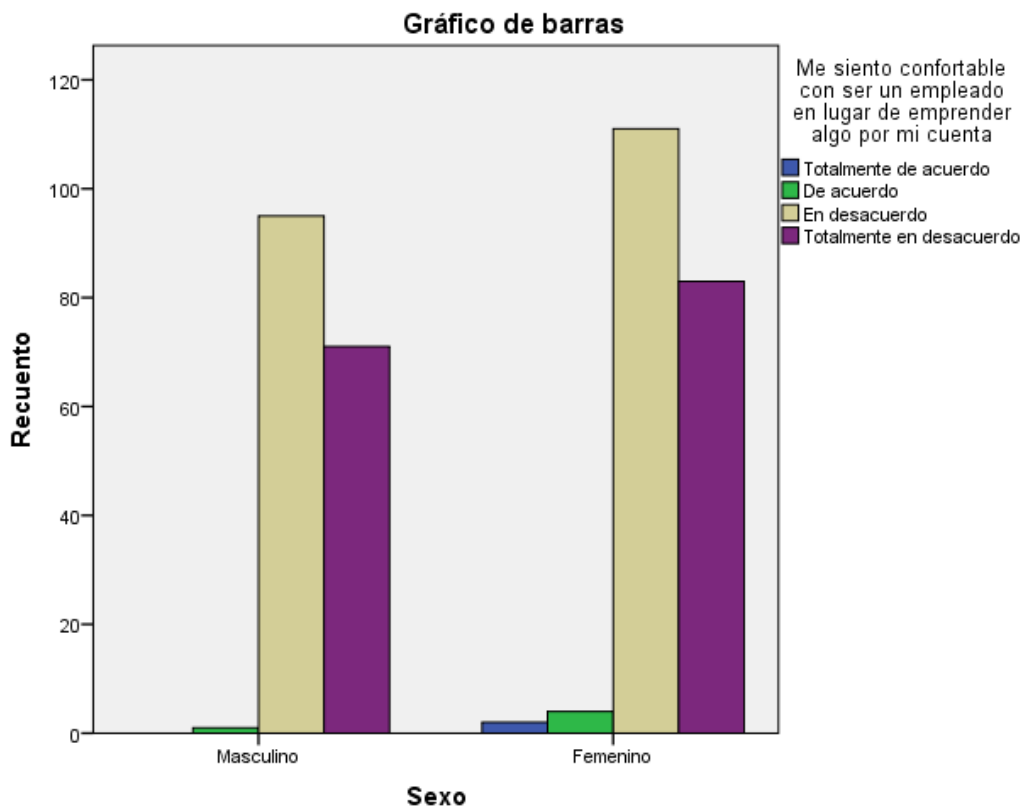
Tabla de contingencia Sexo * El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor

Recuento		El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	58	71	28	10	167
	Femenino	65	77	42	16	200
Total		123	148	70	26	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados denotan una influencia positiva en los alumnos, de tal manera que al contar con experiencia laboral, les permite vislumbrar la conveniencia de ser emprendedores.

Gráfica 4.34: Resultados de la tabla de contingencia variables *género* y *experiencia laboral previa* (Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.40: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta).

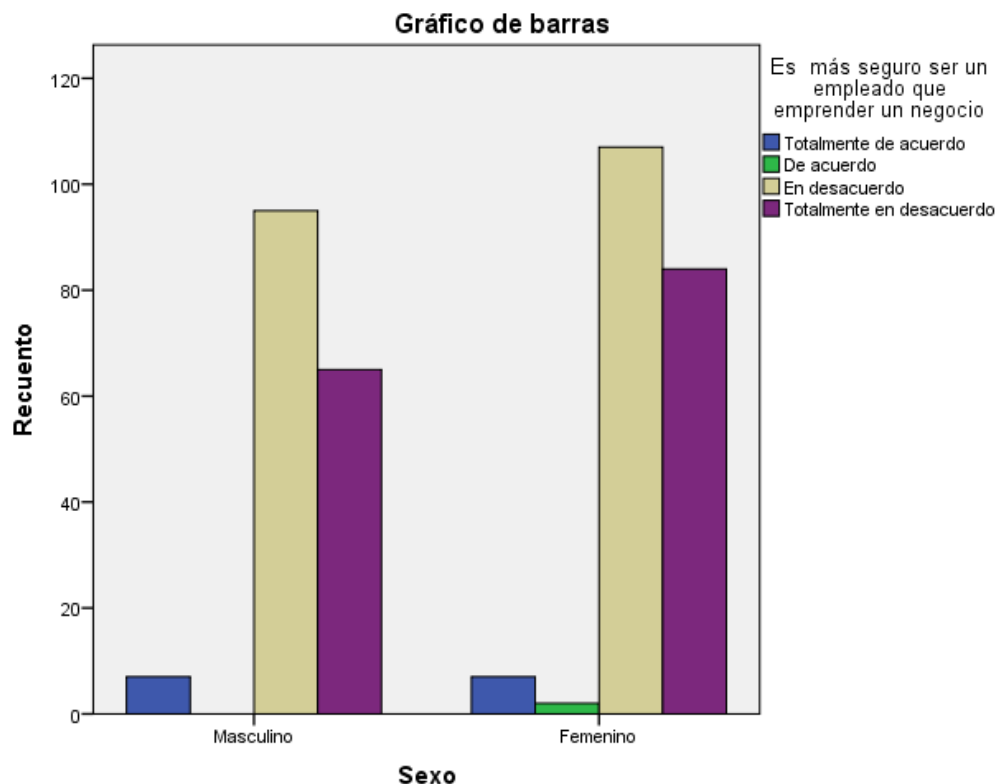
Tabla de contingencia Sexo * Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta

Recuento		Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	1	95	71	167
	Femenino	2	4	111	83	200
Total		2	5	206	154	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos nos muestran que para los alumnos, es más importante ser emprendedores que empleados.

Gráfica 4.35: Resultados de la tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.41: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio).

Tabla de contingencia Sexo * Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio

Recuento

		Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	7	0	95	65	167
	Femenino	7	2	107	84	200
Total		14	2	202	149	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados son alentadores, los alumnos consideran más seguro emprender un negocio, al hecho de convertirse en empleados.

Tabla 4.42: Tabla de contingencia variables género y experiencia laboral previa (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

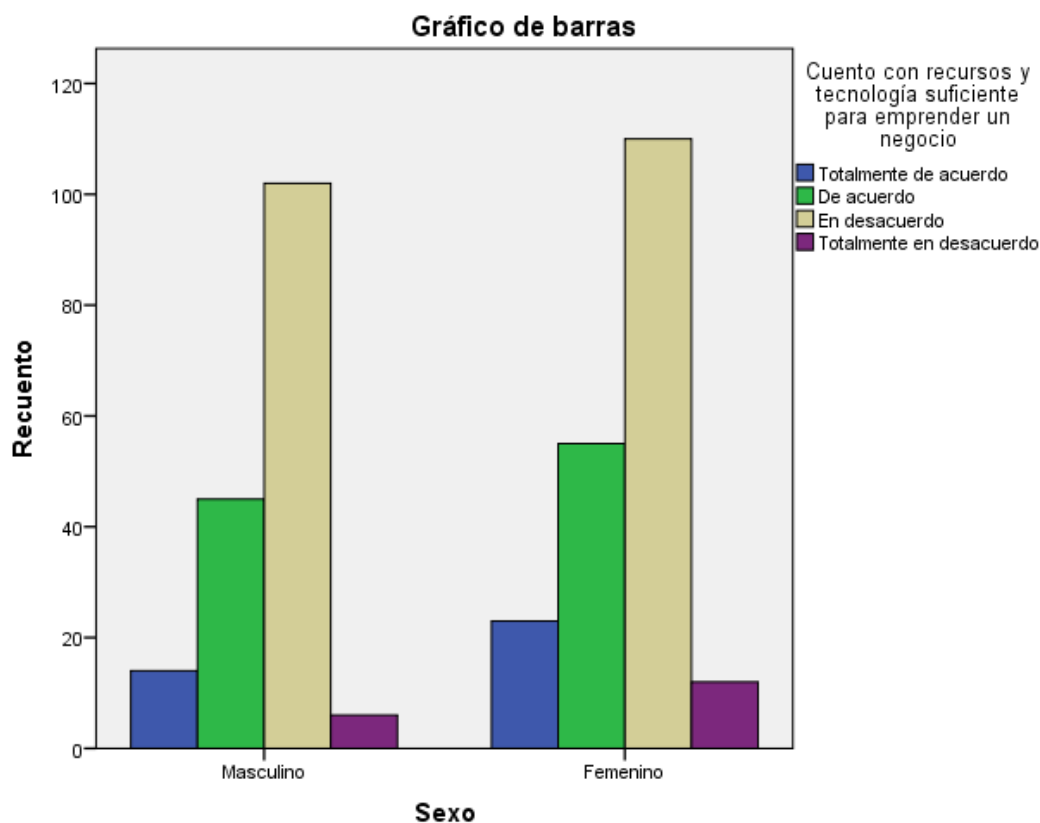
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.42, valida los resultados de variables género y experiencia laboral previa, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y recursos técnicos y económicos.

Gráfica 4.36: Resultados de la tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.43: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio).

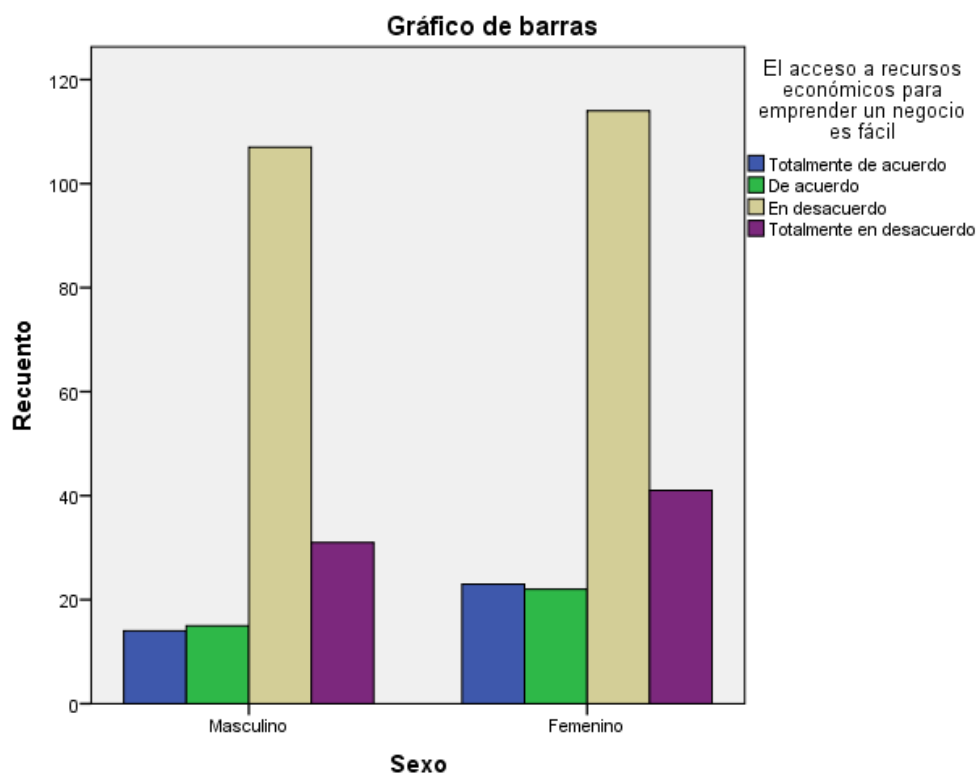
Tabla de contingencia Sexo * Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio

Recuento		Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	14	45	102	6	167
	Femenino	23	55	110	12	200
Total		37	100	212	18	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que en términos generales, los alumnos no cuentan con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio.

Gráfica 4.37: Resultados de la tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.44: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil).

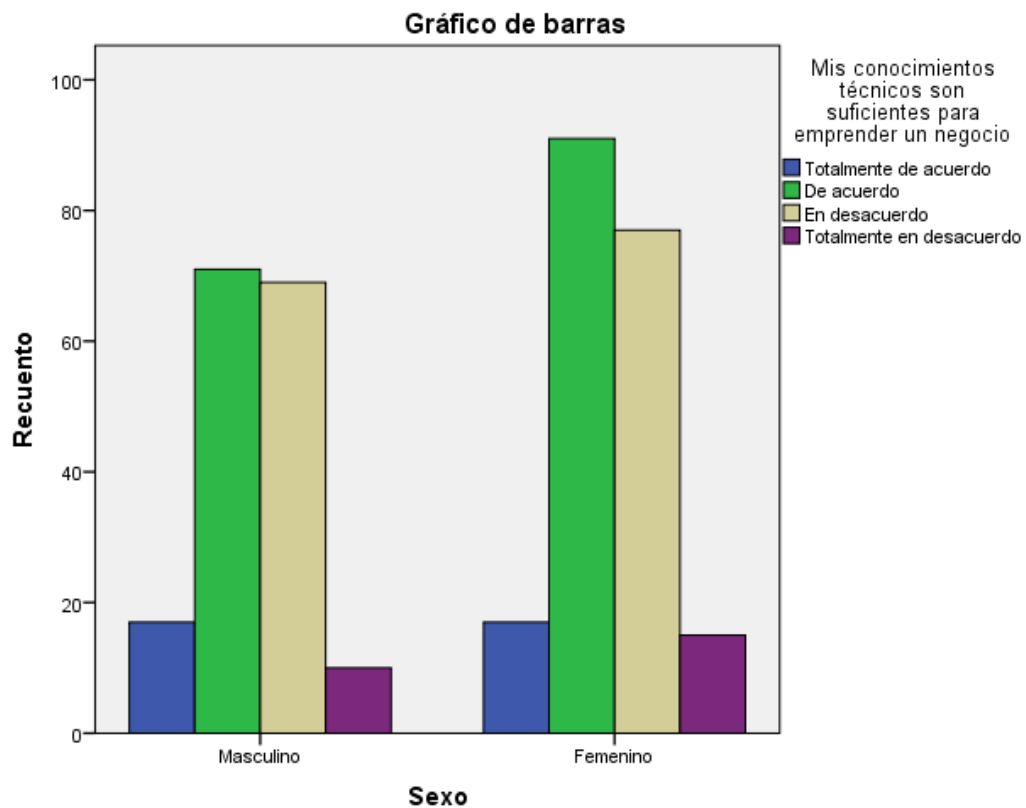
Tabla de contingencia Sexo * El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil

Recuento		El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	14	15	107	31	167
	Femenino	23	22	114	41	200
Total		37	37	221	72	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que la opinión de los alumnos respecto a la facilidad de acceder a recursos económicos para emprender un negocio no es sencillo.

Gráfica 4.38: Resultados de la tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.45: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio).

Tabla de contingencia Sexo * Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio

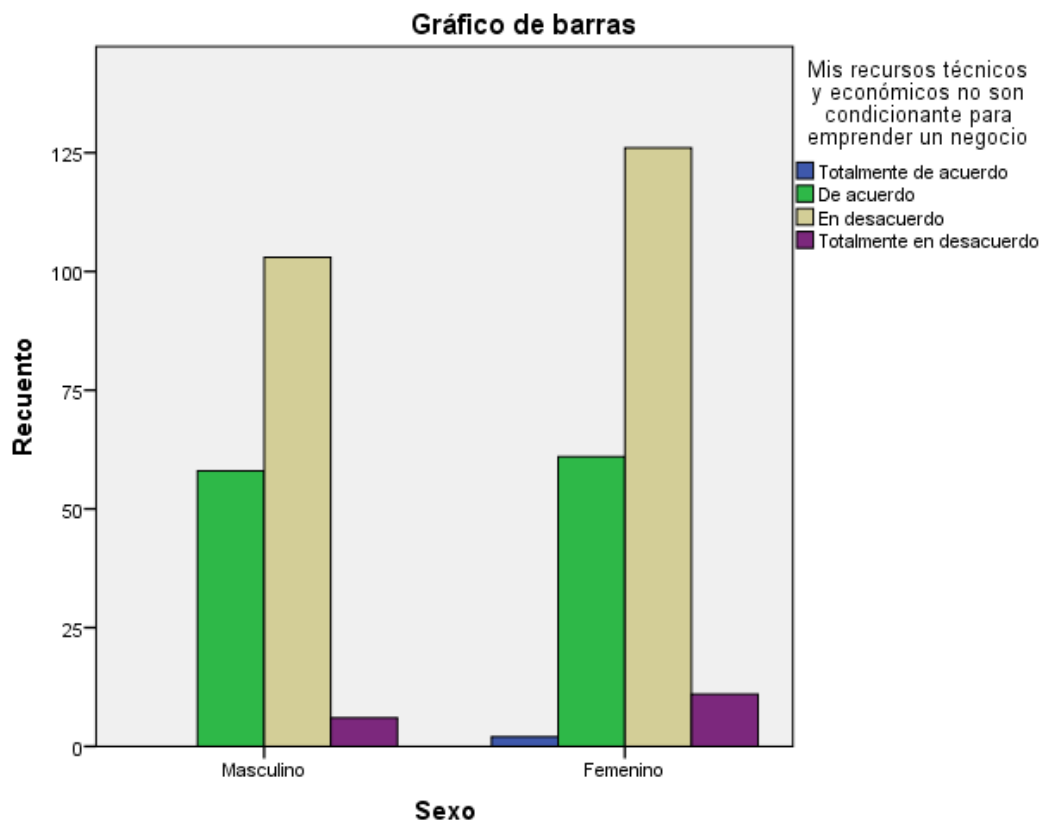
Recuento

		Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	17	71	69	10	167
	Femenino	17	91	77	15	200
Total		34	162	146	25	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos, denotan que para los alumnos los conocimientos técnicos que poseen, en buena medida si son suficientes para emprender un negocio, aunque a la par de quienes opinan lo anterior, un número similar de alumnos no lo consideran de esa manera.

Gráfica 4.39: Resultados de la tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.46: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio).

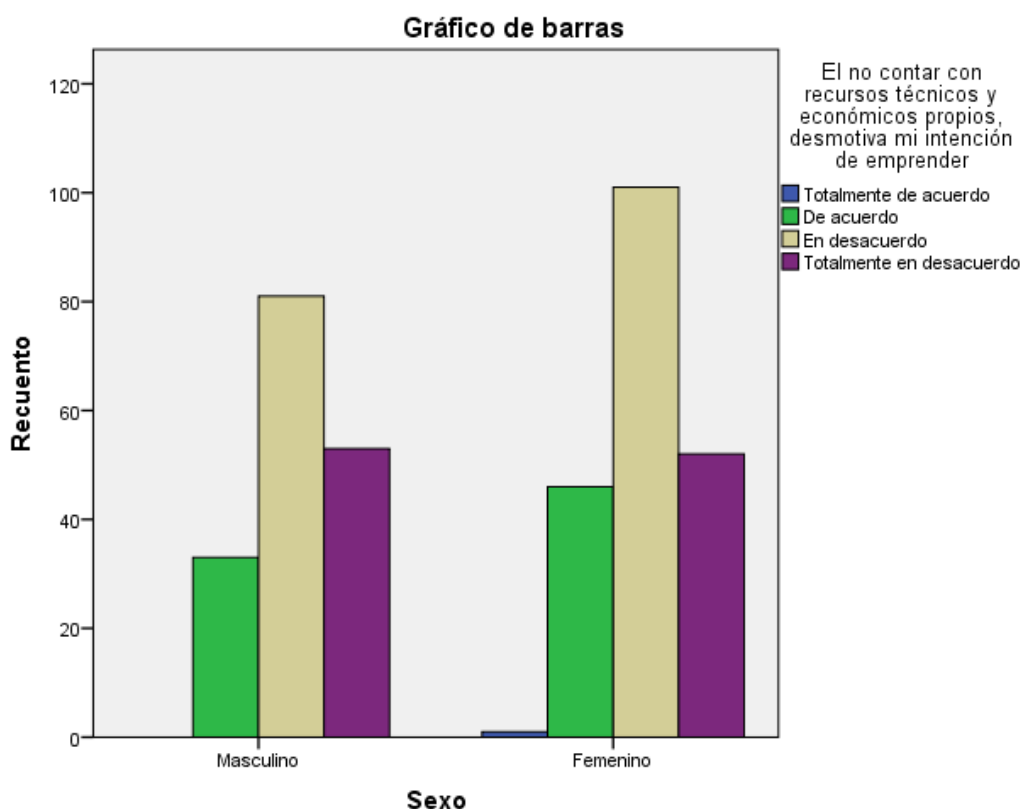
Tabla de contingencia Sexo * Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio

Recuento		Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	0	58	103	6	167
	Femenino	2	61	126	11	200
Total		2	119	229	17	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados nos muestran que en términos generales los recursos técnicos y económicos que tienen los alumnos, son condicionante para emprender un negocio.

Gráfica 4.40: Resultados de la tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (El no contar con recursos técnicos y económicos propios desmotiva mi intención de emprender).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.47: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (El no contar con recursos técnicos y económicos propios desmotiva mi intención de emprender).

Tabla de contingencia Sexo * El no contar con recursos técnicos y económicos propios, desmotiva mi intención de emprender

Recuento

		El no contar con recursos técnicos y económicos propios, desmotiva mi intención de emprender			Total	
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
Sexo	Masculino	0	33	81	53	167
	Femenino	1	46	101	52	200
Total		1	79	182	105	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados nos permiten observar, que para la mayoría de los alumnos, no es un factor desmotivante el no contar con recursos técnicos y económicos propios para motivar su intención emprendedora.

Tabla 4.48: Tabla de contingencia variables género y recursos técnicos y económicos (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

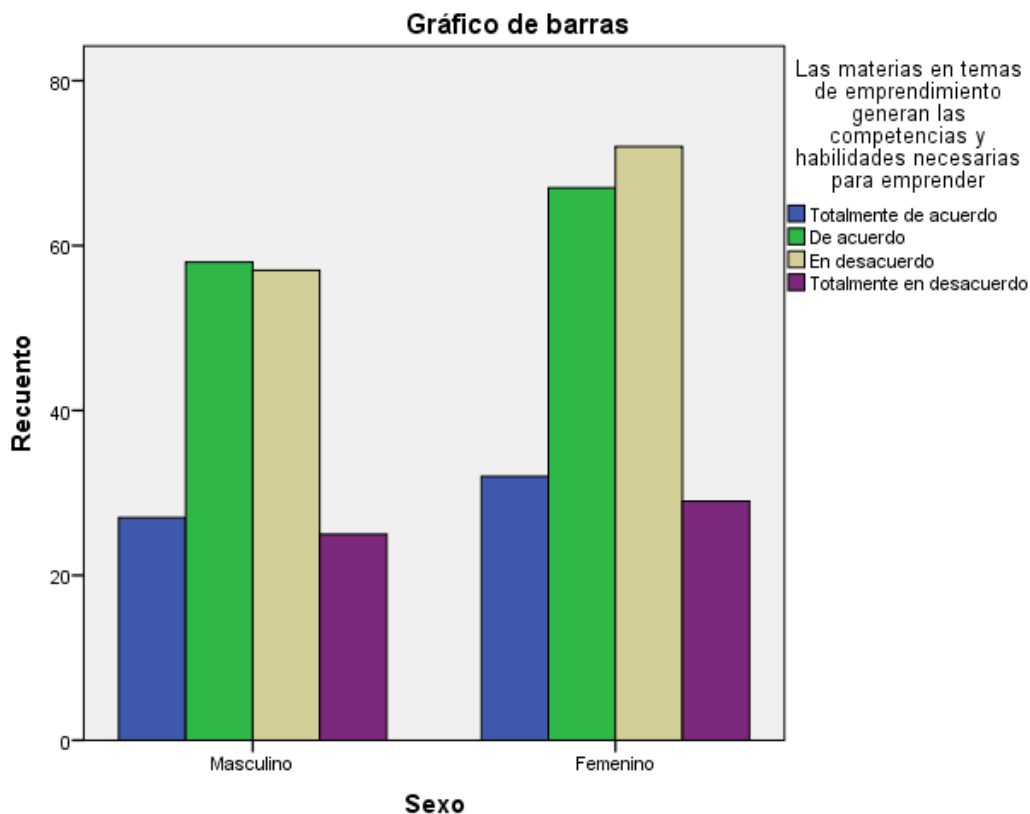
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * El no contar con recursos técnicos y económicos propios, desmotiva mi intención de emprender	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.48, valida los resultados de variables género y recursos técnicos y económicos, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

A continuación se mostrarán los resultados derivados de la relación entre variables género y competencias y habilidades.

Gráfica 4.41: Resultados de la tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.49: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender).

Tabla de contingencia Sexo * Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender

Recuento

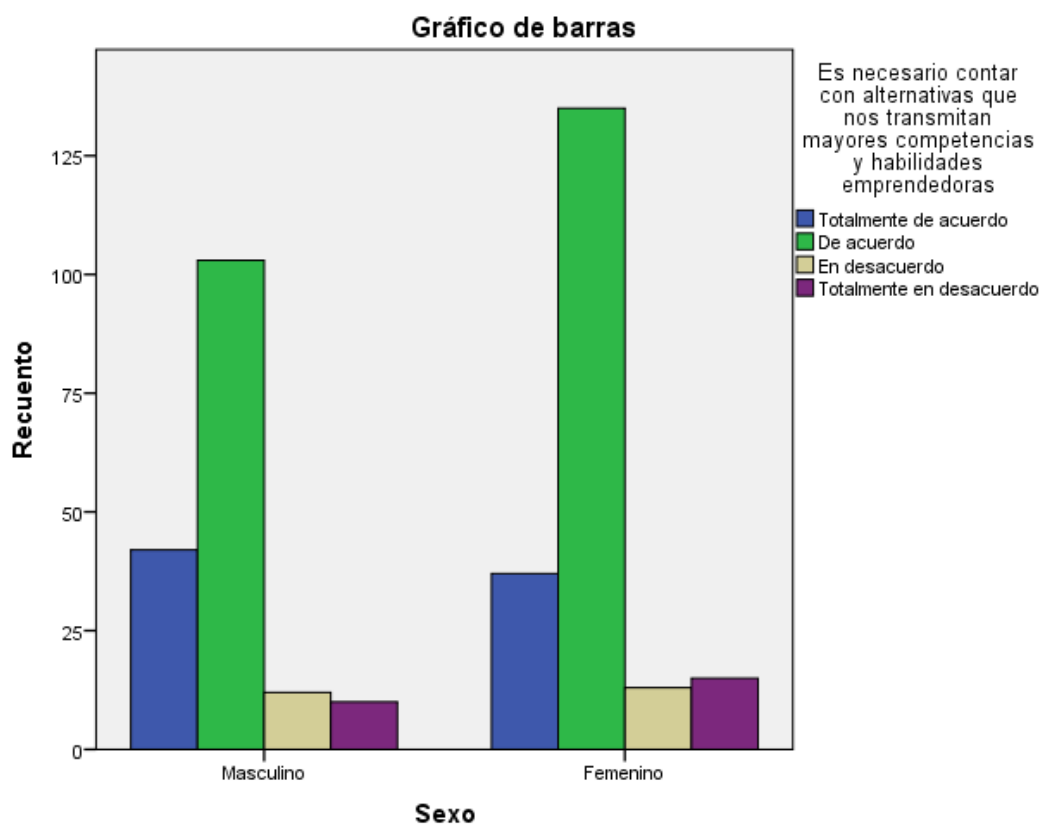
		Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	27	58	57	25	167
	Femenino	32	67	72	29	200
Total		59	125	129	54	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que para un importante número de alumnos, las materias en temas de emprendimiento, si proporcionan las competencias y habilidades

suficientes para emprender, sin embargo para un número similar de ellos, no es suficiente para obtener dichas competencias y habilidades.

Gráfica 4.42: Resultados de la tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.50: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras).

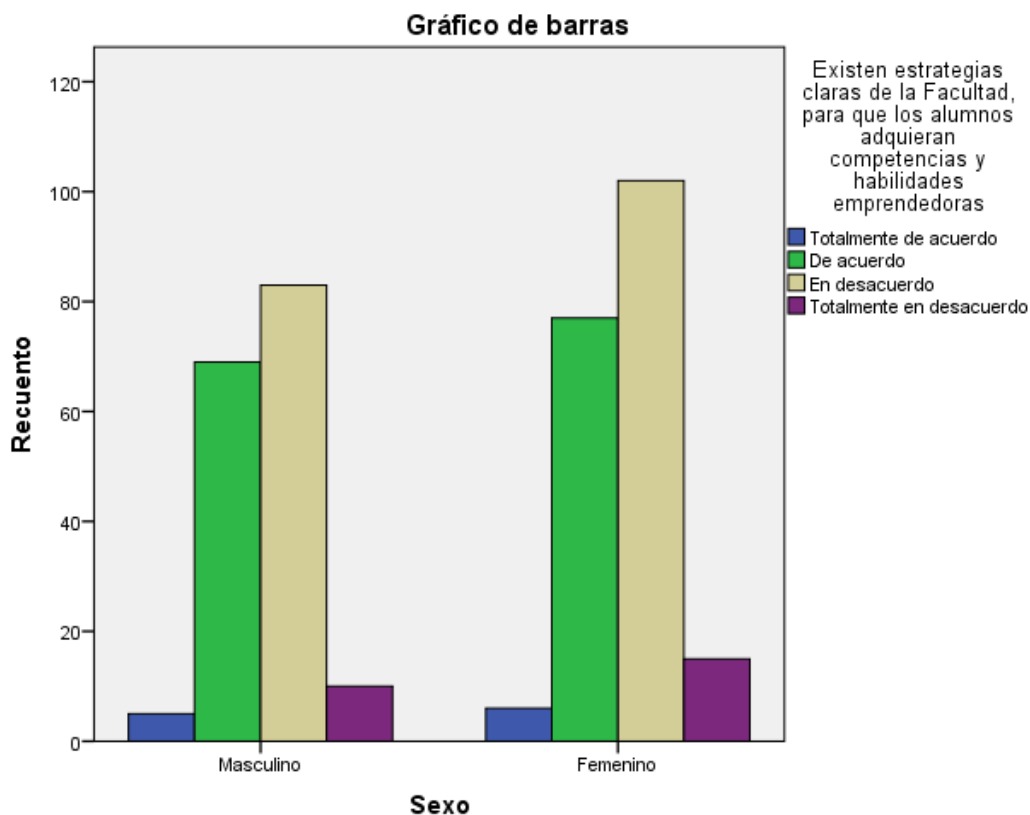
Tabla de contingencia Sexo * Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras

Recuento		Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	42	103	12	10	167
	Femenino	37	135	13	15	200
Total		79	238	25	25	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos demuestran la necesidad de los alumnos de contar con alternativas para obtener mayores competencias y habilidades emprendedoras.

Gráfica 4.43: Resultados de la tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Existen estrategias claras de la Facultad para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.51: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Existen estrategias claras de la Facultad para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras).

Tabla de contingencia Sexo * Existen estrategias claras de la Facultad, para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras

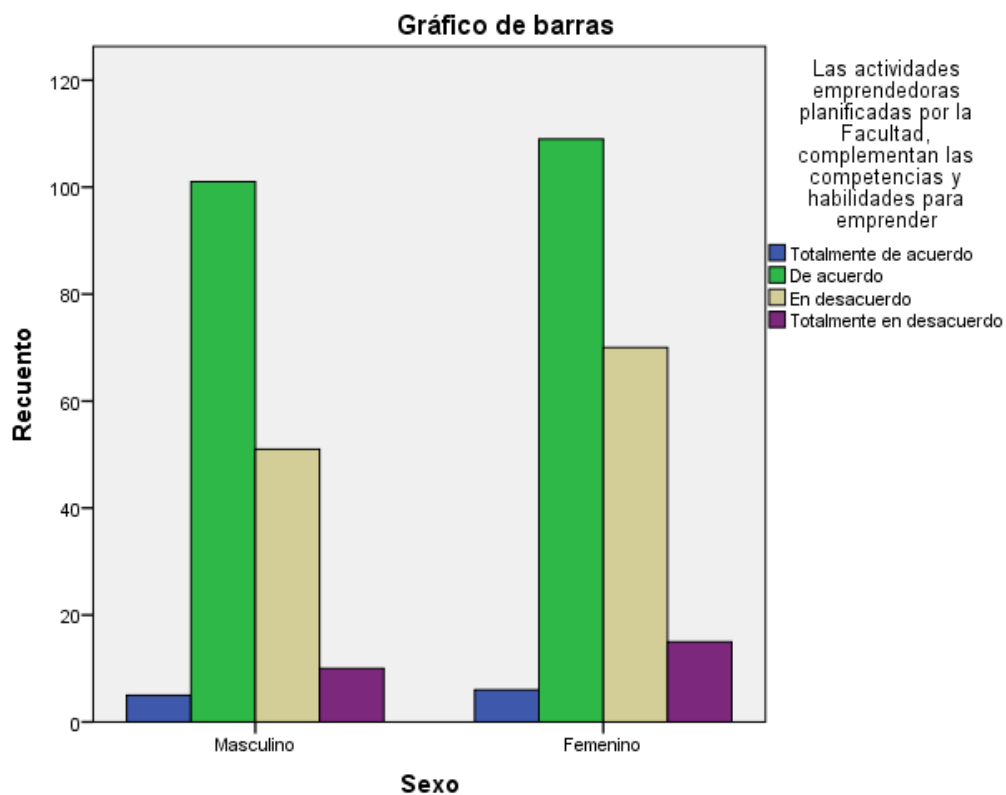
Recuento

		Existen estrategias claras de la Facultad, para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	5	69	83	10	167
	Femenino	6	77	102	15	200
Total		11	146	185	25	367

185 Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados denotan una mayoría de opinión en los alumnos, en el sentido de no contar con estrategias claras para adquirir competencias y habilidades emprendedoras ofrecidas por la Facultad, sin embargo, para otro número importante de alumnos, consideran que si cuentan con dichas estrategias.

Gráfica 4.44: Resultados de la tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.52: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender).

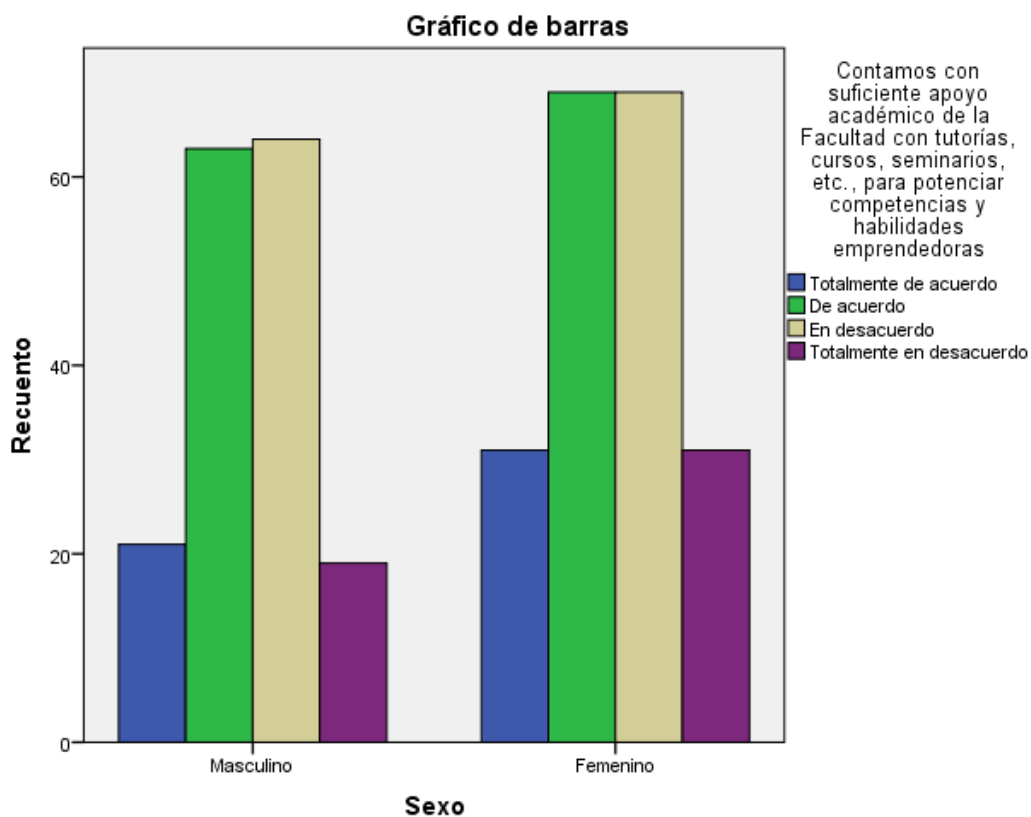
Tabla de contingencia Sexo * Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender

Recuento		Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	5	101	51	10	167
	Femenino	6	109	70	15	200
Total		11	210	121	25	367

25Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados muestran que un gran número de alumnos, consideran que las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, si complementan las competencias y habilidades para emprender.

Gráfica 4.45: Resultados de la tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras).



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Tabla 4.53: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras).

Tabla de contingencia Sexo * Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras

Recuento

		Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras				Total
		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Sexo	Masculino	21	63	64	19	167
	Femenino	31	69	69	31	200
Total		52	132	133	50	367

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

Los resultados obtenidos resaltan que la opinión de los alumnos es muy pareja en cuanto a quienes consideran que si cuentan con el suficiente apoyo académico con alternativas para potenciar competencias y habilidades emprendedoras, y quienes opinan que no cuentan con dichas alternativas.

Tabla 4.54: Tabla de contingencia variables género y competencias y habilidades (Validación de resultados).

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Sexo * Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Existen estrategias claras de la Facultad, para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%
Sexo * Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras	367	100.0%	0	0.0%	367	100.0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del software SPSS Statistics

La tabla 4.54: Valida los resultados de variables género y competencias y habilidades, que permiten demostrar que dichos resultados son 100% confiables.

4.2.1.1.2. Segunda parte: variable conceptual

La variable conceptual está compuesta por 7 preguntas, las cuales tienen la finalidad de conocer el nivel de conocimiento básico de los alumnos, en relación a temas de emprendimiento. Si bien es cierto, que de acuerdo al grado de estudios en el que se encuentran ya han cursado materias que contienen temas de

emprendimiento, resulta fundamental el saber si fue transmitido y entendido correctamente dicho conocimiento.

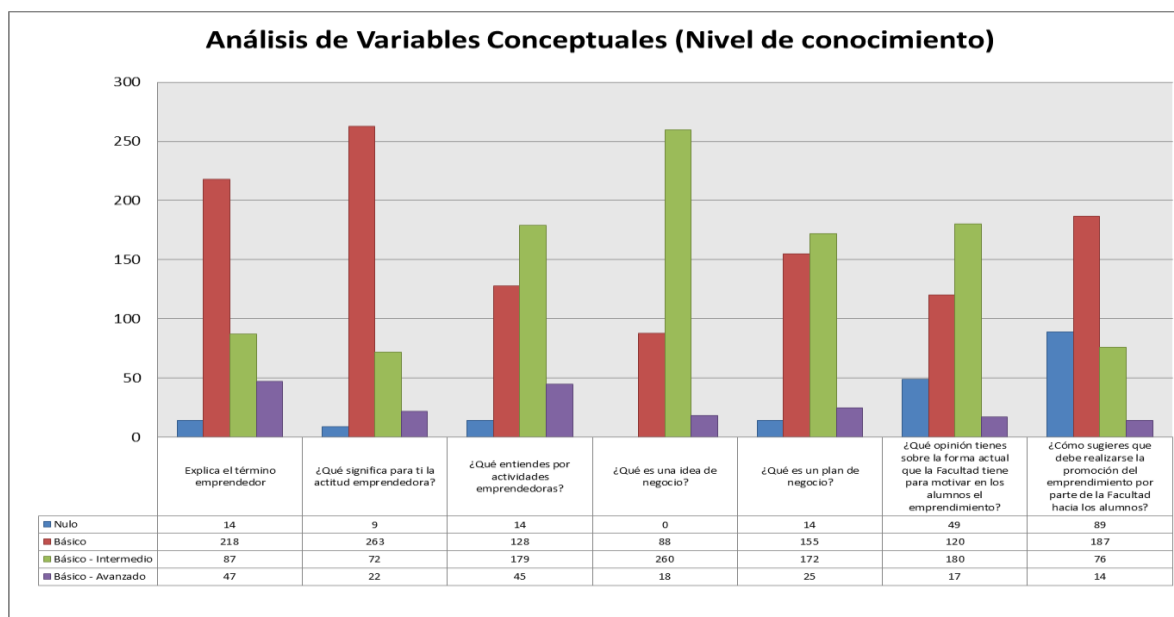
A continuación y de manera descriptiva, se mostrarán los resultados obtenidos:

Tabla 4.55: Variable conceptual

Conceptual	
1	Explica el término emprendedor:
2	¿Qué significa para ti la actitud emprendedora?
3	¿Qué entiendes por actividades emprendedoras?
4	¿Qué es una idea de negocio?
5	¿Qué es un plan de negocio?
6	¿Qué opinión tienes sobre la forma actual que la Facultad tiene para motivar en los alumnos el emprendimiento?
7	¿Cómo sugieres que debe realizarse la promoción del emprendimiento por parte de la Facultad hacia los alumnos?

Fuente: Extracción del instrumento de investigación de elaboración propia

Figura 4.1: Variable conceptual.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos del instrumento de investigación

Los resultados obtenidos de la variable conceptual, son catalogados de acuerdo a los siguientes niveles de conocimiento:

- **Nulo:** El alumno no tiene información concreta que le permita entender el concepto.

- **Básico:** El alumno tiene información básica para entender el concepto, pero no entiende su utilidad.
- **Básico-Intermedio:** El alumno tiene conocimiento del concepto aplicable a ejemplos teóricos.
- **Básico-Avanzado:** El alumno tiene conocimientos teóricos asociados a su aplicación práctica.

Como podrá observarse, la mayoría de los alumnos se encuentran ubicados en los niveles básico y básico-intermedio, por lo que se puede concluir que el conocimiento adquirido de acuerdo al nivel académico en el que se encuentran, es muy bajo en temas conceptuales sobre emprendimiento, lo que nos lleva a sugerir un mayor involucramiento por parte de los profesores para transmitir de una manera diferente y efectiva dichos conocimientos.

4.3. Perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora

Emprender es poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, asumiendo el riesgo que esto conlleva, a cambio de obtener un beneficio empresarial. Es un motor de innovación, competitividad y crecimiento (Wennekers y Thurik, 1999).

La actividad emprendedora es el elemento imprescindible para entender el desarrollo económico de cualquier país, de manera directa ayuda al establecimiento de políticas que detonen el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleos. Ante un escenario con altas tasas de desempleo, el autoempleo se gesta como una buena oportunidad para generar puestos de trabajo.

De acuerdo al Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2011, convertirse en emprendedor es una oportunidad de trabajo para la juventud. La intención de emprender en los alumnos, no debería ser afectada por factores externos, sin embargo y como lo pudimos constatar, juegan un papel importante en los jóvenes.

La intención emprendedora, deberá darse de manera natural consecuencia de la transmisión de conocimientos durante su formación académica, estimulación

psicológica, experiencias retadoras para generar ideas, entre otras cosas que estarían dentro de la actividad emprendedora de las IES.

Es muy claro que la motivación para emprendedor entre los alumnos no es compartida entre ellos, es decir, lo que motiva a uno no siempre es motivo para otro.

McClelland (1968), afirma que lo que motiva a una persona a emprender, no es el beneficio económico, sino un fuerte deseo de realización, que le permita mejorar su entorno.

Para Aranzadi (1992), el dinero no es un motivador mayor a otros aspectos para un alumno para emprender de lo que sería para otro tipo de personas (Aranzadi, 1992; Douglas, 1999).

Gray y Cyr (1993), destacan las siguientes motivaciones para emprender en los alumnos universitarios:

- Deseo de enfrentar desafíos
- Oportunidad de alcanzar logros
- Impulso de cumplir necesidades personales, emocionales y psicológicas.

Mateu (1997), considera las necesidades para emprender en los alumnos universitarios dentro de dos categorías:

- 1. Motivación intrínseca.** Es la realización de la actividad *per se*, por ejemplo: su independencia, retos personales, asumir riesgos, entre otras.
- 2. Motivación extrínseca.** Lo que conlleva paralelamente a una actividad, por ejemplo: beneficio económico, demostrar mayores capacidades que los demás, entre otros.

Mateu (1997) afirma que el 95% de los alumnos relacionados con la detección de motivaciones a emprender, tienen mayor influencia las motivaciones intrínsecas.

No es sencillo definir el perfil de un individuo que tenga mayor propensión a crear empresas (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall et al., 1992), un emprendedor debe contar con las habilidades de originalidad e innovación, moderada aversión al riesgo, aceptación de sus responsabilidades, conocimiento de los resultados de sus actos, planifica en base al largo plazo (McClelland, 1961), en él se identifican características como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y autonomía (Boydson et al., 2000). Pudiendo identificar factores demográficos, factores de formación, factores de experiencia y factores psicológicos (Shane, 2003; Fuentes y Sánchez, 2010).

Diversos estudios demuestran que las habilidades y actitudes emprendedoras en los alumnos universitarios pueden ser desarrolladas y perfeccionadas dentro de un entorno educativo (Mitra y Matlay, 2004), y que las diferencias en la calidad educativa y en las habilidades explican por qué ciertos alumnos se involucran más fácilmente en actividades emprendedoras siendo más exitosos que otros (Carter, Gartner, Shaver y Gatewood, 2003). Así mismo se comprueba que la intención a emprender en los alumnos universitarios, está determinada, por el área de especialización en la que se encuentran, estudios (Schwarz et al., 2009), demuestran que alumnos pertenecientes a áreas de negocios poseen una mayor intención a emprender, seguidos de alumnos de ciencia y tecnología, siendo los de nivel más bajo, los pertenecientes a áreas de ciencias humanas.

Shapiro y Sokol (1982), mencionan que las actitudes emprendedoras son por una parte derivadas de la exposición a actividades emprendedoras y experiencias pasadas, esto sin duda nos lleva a considerar que dicha exposición a actividades emprendedoras deben fortalecer las actitudes emprendedoras, es decir, alumnos que integran familias empresarias, tendrían un mayor sentido de logro, innovación, control personal, consecuencia con esa interacción empresarial.

Frazier y Nihem (2006), argumentan que la interacción constante a actividades emprendedoras, puede influir negativamente en la intención a emprender en los alumnos universitarios, ya que se exponen al lado desagradable de una organización, como lo son las deudas, horarios, alta exigencia, entre otras.

Las actitudes emprendedoras pueden ser aprendidas y transmitidas, ningún individuo nace siendo emprendedor (Ibáñez, 2002), éstas se adquieren a través de la interacción con su entorno, experiencias de vida y enseñanza en las IES, que fomentan el emprendimiento de manera transversal.

Nueno (1997), argumenta que el liderazgo y el afán de emprender son capacidades que potencialmente todos los individuos tienen y que además son desarrollables, pero que por circunstancias de vida, o decisión propia, algunas personas las desarrollan y otras no.

Las actitudes emprendedoras en los alumnos universitarios podrán clasificarse en actitudes personales y de poder social (André, 2013):

- 1. Actitudes Personales.** Se relacionan con la competencia individual, deseo de ganar por sí solos, individualismo, dominación y control sobre los demás, entre otros.
- 2. Actitudes de poder social.** Se relacionan con el trabajo colaborativo, respeto a los demás, igualdad, equidad, confiable, equitativo, líder, entre otros.

Es muy importante encontrar el correcto equilibrio entre ambos enfoques para lograr el éxito. Como resultado de la revisión literaria en el tema, plantearemos las actitudes emprendedoras de los alumnos que deberán conformar su perfil emprendedor, las cuales se describen en la siguiente tabla:

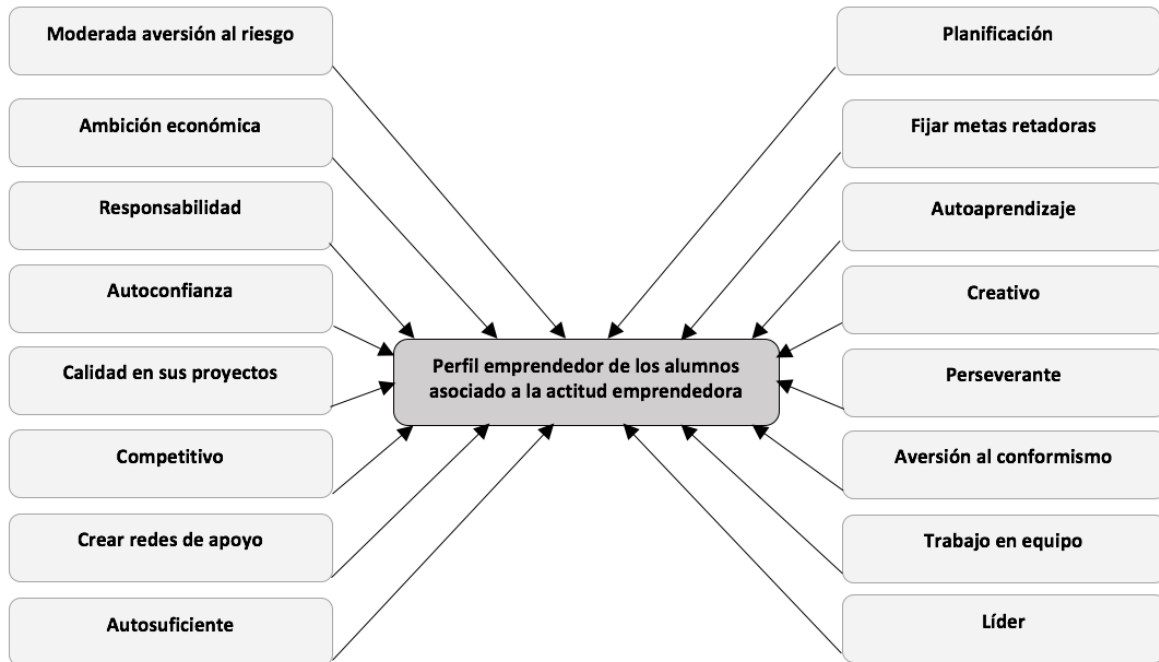
Tabla 4.56: Actitudes emprendedoras de los alumnos

ACTITUD	ARGUMENTO
Moderada aversión al riesgo	El alumno debe aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, tomar riesgos necesarios.
Planificación	Planificar es esencial, es anticiparse a actos futuros y minimizar riesgos. El alumno que planifica, es capaz de alcanzar sus objetivos.
Ambición económica	Buscar un beneficio económico es parte del emprendimiento, por lo tanto, el alumno debe fijar dentro de sus objetivos el alcanzar dicho beneficio para él y sus colaboradores.
Fijar metas retadoras	El alumno que se fija metas retadoras dentro del corto, mediano y largo plazo, incrementa considerablemente su sentido de logro.
Responsabilidad	El alumno debe asumir la responsabilidad que conlleva el fijar metas y objetivos, para con él mismo y las personas a su alrededor, en el sentido de lograrlo.
Autoaprendizaje	El alumno que aprende por sí mismo e indaga sobre temas desconocidos, desarrolla mayor capacidad de investigación y análisis.
Autoconfianza	El alumno debe ser consciente de su propia capacidad de afrontar dificultades, además de transmitirla hacia los demás.
Creatividad	Estimular más y más la capacidad de creación, permitirá al alumno desarrollar mejores ideas generadoras de valor.
Calidad en sus proyectos	Un diferenciador entre los alumnos, es la elaboración de trabajos creativos, innovadores y de la más alta calidad, en relación al estándar establecido.
Perseverancia	El alumno a pesar de llegar a resultados negativos, debe ser constante y obstinado para alcanzar sus objetivos, reponiéndose a la adversidad.
Competitivo	El alumno debe ser capaz de superar a su competencia, en el sentido de potenciar sus habilidades y capacidades, en un entorno competitivo.
Aversión al conformismo	El alumno no debe conformarse con lo que tiene y puede hacer, siempre debe ir un paso delante de los demás.
Crear redes de apoyo	El alumno que desea alcanzar el logro, debe tener una red de apoyo con otros alumnos. Esto se traduce en la formación de redes de trabajo para implementar el <i>networking</i> .
Trabajo en equipo	El alumno con actitud de trabajo en equipo genera confianza en los demás, el conformar equipos multidisciplinarios facilita la asignación de actividades para lograr los objetivos.
Autosuficiente	El alumno debe buscar ser autosuficiente en un entorno de obstáculos y desafíos, eficientar los recursos disponibles para sobrevivir por sí mismo.
Líder	Un alumno emprendedor es líder, debe ser capaz de visualizar oportunidades donde otros ven dificultades.

Fuente: Elaboración propia

La siguiente figura 4.2, muestra el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora, que deben mostrar ante sus profesores, compañeros, y la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla en general.

Figura 4.2: Perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora.



Fuente: Elaboración propia

El perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora, parte del estudio y análisis de las principales motivaciones y factores que afectan directamente la intención de emprender de los alumnos universitarios.

Es de suma importancia que la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, estimule y fortalezca las actitudes emprendedoras de sus alumnos, a través de la transmisión de conocimiento teórico sobre temas de emprendimiento y creación de valor, paralelamente a la formación académica. Implementar esta estrategia, permitirá reducir y/o eliminar aquellos factores que afectan la intención de emprender en los alumnos, fomentando de esta manera más y más jóvenes emprendedores con mayores alternativas de desarrollo profesional y empresarial, sin dejar de lado la satisfacción personal.

4.4. Promoción del emprendimiento en los alumnos

El incremento de la actividad emprendedora en la IES, ha propiciado un aumento en cuanto a estudios realizados en este tema, tal es el caso de investigaciones en torno a la creación de empresas por parte de alumnos universitarios (Cano, García

y Gea, 2003), así mismo aquellos factores que afectan a los emprendedores universitarios, como lo son la falta de recursos y apoyos, que les permitan desarrollar su idea de negocio, sumando en muchos casos la falta de interés en emprender y los escasos conocimientos prácticos para emprender un negocio (Guillén et al., 2004).

Otra rama de investigación, ha sido el efecto del estudio del emprendimiento en las IES, donde se destaca el papel que juegan las Universidades como generadoras de nuevos proyectos empresariales (Etzkowitz, 2004; Guerrero et al., 2006; Guerrero y Urbano, 2010; Kirby, 2005). El término “emprendedurismo universitario” atribuible a Etzkowitz (1998), representa la importancia de las IES como pieza fundamental para el desarrollo económico regional.

Ropke (1988), considera a las IES como organizaciones emprendedoras cuando adoptan un estilo de gestión empresarial, desarrollan iniciativas empresariales e interactúan en su entorno. Para Etzkowitz (2004), las IES deben ser incubadoras naturales, generando ideas exitosas como respuesta a necesidades reales que su propio entorno demanda, así mismo como soluciones a problemas sociales en la región donde se encuentran.

Shulte (2004), plantea dos tareas fundamentales de una Universidad emprendedora, educar a los futuros empresarios y actuar como empresario.

Para Blenker et al., (2004), las IES deben ser Universidades Modernas, donde interactúen los centros de investigación con los profesores, con la finalidad de generar soluciones a problemas y necesidades reales del mercado y del medio ambiente. Dicho término de Universidades Modernas, describe a aquellas Universidades que incorporan la generación de conocimiento, como segunda misión de la misma, y se enlaza la enseñanza y la investigación científica (Etzkowitz, 1988). Por tal razón se plantea que el conocimiento generado por la Universidad es valioso en sí mismo (Audretsch y Phillips, (2007) y si se aplica este conocimiento, se podrá generar innovación y crear nuevas empresas.

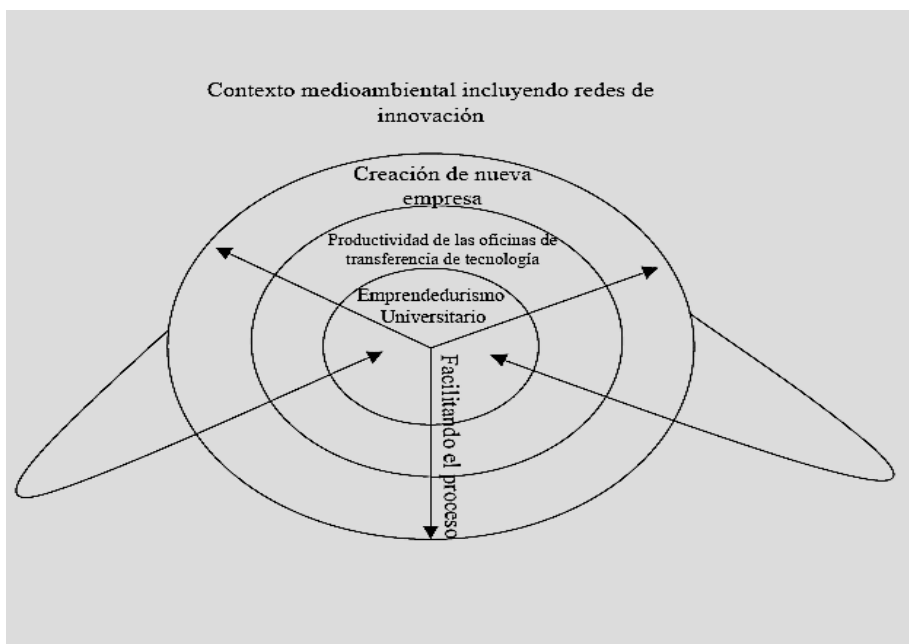
Autores como Gibss (2004) y Kuratko (2004), destacan el papel de las Universidades como formadoras y educadoras de jóvenes con un espíritu

emprendedor, de tal forma, que al finalizar sus estudios universitarios creen empresas, generen empleos y contribuyan al desarrollo económico y social de los pueblos.

Las IES, son parte fundamental en el desarrollo económico y social de los países, y cuando se relacionan con las industrias o empresarios promueven la innovación que es el motor del progreso (Etzkowitz, 2003).

El emprendedurismo universitario como corazón del sistema de innovación universitario, que genera la transferencia de conocimiento y tecnología, por medio de intermediarios, tales como oficinas de transferencia de tecnología, incubadoras o parques científicos, debe plantearse como objetivo primordial la generación de nuevas empresas (Rothaermael, et al., 2007). Cuando las Universidades apoyan e incentivan el emprendedurismo, pueden transformar el conocimiento que poseen, en innovaciones que generan la creación de nuevas organizaciones, como se mostrará en la siguiente figura 4.3.

Figura 4.3: Emprendedurismo universitario



Fuente: (Rothaermael et al., 2007: 707)

Estudios sobre los factores que afectan la creación de empresas por alumnos universitarios, señalan los problemas más frecuentes tales como; la falta

de tiempo para desarrollar su idea emprendedora, la falta de investigación de mercado para identificar a sus clientes potenciales, los problemas relacionados con la falta de conocimientos prácticos para emprender un negocio, la dificultad de tomar decisiones y la falta de experiencia (Shincariol, 2000).

Por tal motivo, es de suma importancia que las IES, en primera instancia, brinden oportunidades a sus alumnos para aprender a emprender, despertando y estimulando el interés de los mismos en opciones alternas a su formación profesional, como empresarios independientes. Las IES, deben apoyar e incentivar la cultura emprendedora, fomentar el desarrollo de programas de entrenamiento y formación, claros y específicos para la generación de ideas de negocio, formación de planes de negocio y de manera más amplia, en temas de emprendimiento y creación de empresas, de tal forma que los alumnos desarrollen competencias emprendedoras, que suponen que el alumno sea capaz de imaginar, iniciar, desarrollar y evaluar acciones o proyectos individuales o colectivos con creatividad, confianza, responsabilidad y sentido crítico (Marina, 2010).

Por otra parte las IES, deben realizar programas y actividades que fomenten el desarrollo de competencias emprendedoras en los alumnos, y ser formadoras de individuos cualificados como futuros empresarios.

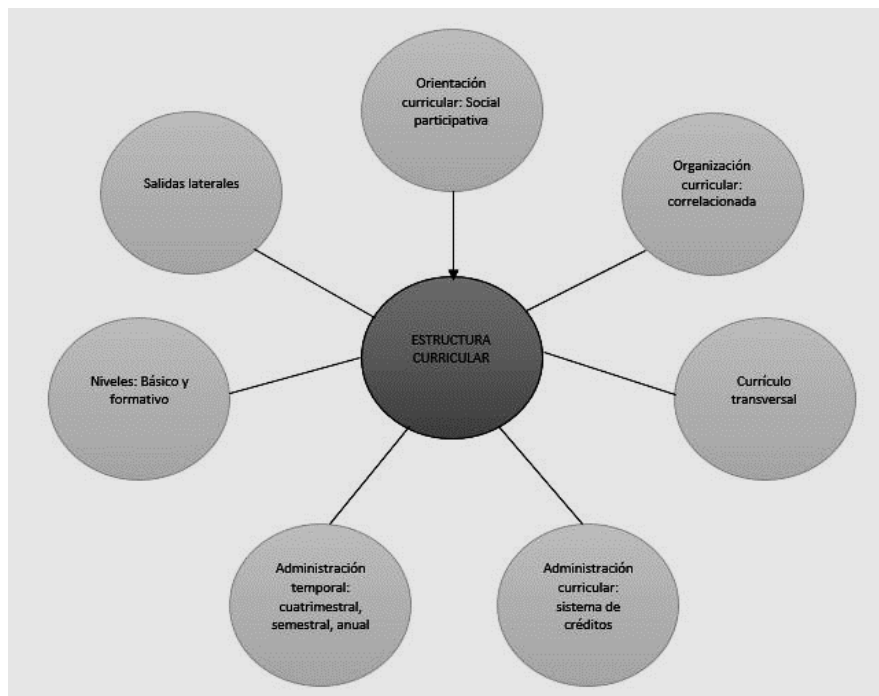
El Modelo Universitario Minerva dentro de su estructura curricular, propone los siguientes puntos:

- Orientación social participativa.
- Organización curricular correlacionada.
- Currículo transversal.
- Administración curricular por sistema de créditos.
- Administración temporal: cuatrimestral, semestral, anual.
- Niveles básico y formativo.
- Salidas laterales.

Esta propuesta curricular tiene ventajas de poder evolucionar para alcanzar una mayor flexibilidad e incorporar otras opciones innovadoras y que respondan al

desarrollo de la sociedad en su conjunto, (Modelo Universitario Minerva, documento de integración, 2009; 45).

Figura 4.4: Estructura curricular MUM



Fuente: (Modelo Universitario Minerva, documento de integración, 2009; 45)

Para esta organización se propone integrar al currículo los siguientes elementos:

1. Asignaturas disciplinarias (obligatorias y/o optativas).
2. Área de integración disciplinaria.
3. Formación general universitaria conformada por cinco unidades didácticas.
4. Ejes transversales con un total de cinco ejes.
5. Servicios universitarios de apoyo a la formación integral.
6. Escenario de desarrollo.

Dentro del **Área de integración disciplinaria** se promueve la relación teoría-práctica, constituida por la *Práctica Profesional Crítica* que es una asignatura que no se cursa pero tiene valor en créditos y que se acredita al demostrar que se ha cumplido con tres requisitos:

- a) Haber concluido con su **servicio social** y éste haber sido supervisado por un académico o académica de su escuela o facultad quien orientará al alumno para que su labor contribuya a resolver problemas de los sectores marginados, vulnerables, de las regiones o comunidades del estado, o contribuir en programas de bienestar social del gobierno, asimismo que su participación haya sido significativa en el aprendizaje de su profesión. Tendrá ponderación en créditos, siendo las unidades académicas quienes determinen el número de créditos de acuerdo con las características y requerimientos de cada disciplina.
- b) Haber cumplido con la **práctica profesional**, la cual deberá haber sido supervisada por un profesor o investigador habilitado para impartir los cursos avanzados de la carrera y con experiencia de campo, el cual guiará al estudiante en la elección del sector en el que la desarrollará y se asegurará que sea una experiencia significativa de aprendizaje en su profesión. Tendrá de 5 a 10 créditos y serán las unidades académicas quienes determinen la pertinencia de la asignación de éstos, en función al programa.
- c) Haber desarrollado y concluído satisfactoriamente al menos **tres proyectos** durante su carrera, cuyos requisitos básicos son que desarrollen en un equipo de trabajo, con alumnos (y profesores) de varias disciplinas, que se genere un beneficio para nuestro país y específicamente nuestra región. Estos proyectos pueden ser el resultado de un proyecto final de materia, del trabajo de titulación, de vinculación, de investigación, de los espacios de desarrollo que forme el cuerpo tutorial; de cualquier otra actividad universitaria académica o social evaluada y/o acreditada por académicos/as de nuestra institución.

Los alumnos deberán mostrar evidencias de que ha contribuído al desarrollo de estos proyectos, a sus resultados e impacto en la región; así mismo, que su participación ha sido evaluada como satisfactoria por un/a académico/a de su disciplina.

La institución ofrecerá talleres optativos para que los alumnos se capaciten en el diseño e instrumentación de proyectos simples en el nivel básico de su

programa educativo; hasta proyectos complejos multidisciplinarios de emprendedores, incubación de empresas o de investigación en el nivel formativo avanzado de su carrera en colaboración con profesores de licenciatura y de posgrado.

Además la Universidad promoverá que alumnos, profesores e investigadores se conformen en equipos multidisciplinarios donde, al mismo tiempo que participen en la construcción de los espacios para su propia formación, desarrollen proyectos de investigación con la participación de todos los niveles educativos de la BUAP para coadyuvar a la solución integral de problemas específicos de la región. Esto permitirá que las y los universitarios se involucren en la solución de problemas reales, aplicando y desarrollando nuevos conocimientos, tecnológicos y patentes.

El aprendizaje basado en proyectos y la promoción del trabajo en equipos multidisciplinarios, serán dos estrategias que permearán el quehacer académico de todos los programas educativos.

Dentro de la **Formación General Universitaria**, como estructura curricular para el MUM, estará constituida por las siguientes unidades académicas que contribuyen la base para conformar los ejes transversales:

1. Formación humana y social (5 créditos).
2. Desarrollo de habilidades del pensamiento superior y complejo (5 créditos).
3. Desarrollo de habilidades en el uso de la tecnología, la información y la comunicación (5 créditos).
4. Lengua extranjera (hasta 20 créditos o acreditación como requisito de titulación).
5. **Desarrollo de emprendedores** se introduce como asignatura optativa en los programas del nivel superior y medio superior, complementándose la formación del estudiante mediante talleres relacionados.
6. En este modelo, el programa de emprendedores y de incubación de empresas contribuirá significativamente a modificar la cultura y visión de los egresados, quienes se incorporarán a los sectores productivos o

tendrá la posibilidad de autoemplearse y generar fuentes de trabajo, pero además con una cultura empresarial de mayor conciencia para el desarrollo sustentable y trato digno a sus trabajadores.

Con lo anteriormente expuesto en el presente capítulo, se concluye que para fomentar la **Promoción del emprendimiento en los alumnos**, es necesario que la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, **se comprometa con la formación de alumnos con espíritu emprendedor**, y que al finalizar éstos sus estudios universitarios sean capaces de crear empresas y generen empleos aportando de esta manera al desarrollo económico y social del Estado. Aplicando de forma institucional lo planteado en la estructura curricular del MUM, enfatizando en el desarrollo de proyectos y desarrollo de emprendedores, formando equipos multidisciplinarios de estudiantes y académicos. Será de vital importancia que la Facultad de Contaduría Pública, tenga una connotación de Facultad emprendedora, en la que a la par de la formación académica profesional, se realicen programas y actividades que fomenten el desarrollo de competencias emprendedoras, y proporcionen herramientas que les sirvan de base para el desarrollo de ideas y planes de negocio por parte de sus alumnos, pasando por las distintas etapas del plan de negocio que el emprendedor deberá tomar en cuenta para poner en marcha su propio negocio.

También es importante tomar en cuenta diversas estrategias que investigadores en este tema han sugerido, es decir para que las Universidades sean más empresariales, deben ofrecer mayores incentivos para promover la participación de los profesores y alumnos en las actividades empresariales (Friedman y Silberman, 2003; Henrekson y Rosenberg, 2001), que estimule el desarrollo de ideas innovadoras, fomentar dentro del ambiente universitario la posibilidad de generar redes sociales de información entre consultores profesionales, emprendedores jóvenes, empresarios exitosos, y gobierno.

4.5. La actividad emprendedora General Entrepreneurship Monitor (GEM)

Antes de abordar el tema sobre la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, es de suma importancia hacer un análisis sobre

los resultados obtenidos en el 2013, por el General Entrepreneurship Monitor (GEM), a nivel mundial y en México, que considera al emprendimiento como un proceso continuo que incluye varias etapas del mismo, que van desde emprendedores nacientes involucrados en poner en marcha un negocio, los emprendedores que son dueños o administran un negocio y los emprendedores de un negocio establecido. Así mismo evalúan las razones por las que un emprendedor decide terminar con las actividades de su negocio. Toda esta información conjunta contempla las diferentes fases de la actividad emprendedora que permite visualizar un panorama general de la dinámica del emprendimiento de un país.

Un elemento relevante es el denominado TEA Temprana (Tasa de Actividad Emprendedora Temprana), la cual incluye el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que se encuentran en proceso de iniciar un negocio o que ya están inmersos en un nuevo negocio con menos de 3.5 años de operación. La importancia del período antes mencionado radica en lo vital que es dicho período en el individuo emprendedor, ya que es ahí donde el impacto económico, dinamismo, crecimiento y la innovación cobran mayor relevancia en la economía de los países.

Tabla 4.57: Fases de la actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2013 por nivel de desarrollo económico.

Actividad y percepciones emprendedoras por etapa de desarrollo económico	Emprendimiento naciente	Nuevos emprendedores	Actividad emprendedora temprana (TEA)	Emprendedores establecidos	Cierre de negocios	Por necesidad (% de la TEA)	Por oportunidad (% de la TEA)
Etapa 1: Economías basadas en factores (incluye países en transición de la segunda etapa)							
India	5.1	4.9	9.9	10.7	1.5	38.8	35.9
Irán	6.4	6.1	12.3	10.6	5.7	38.0	35.8
Nigeria	20.0	20.7	39.9	17.5	7.9	25.4	52.3
Vietnam	4.0	11.5	15.4	16.4	4.2	25.1	62.2
Promedio	8.88	10.8	19.37	13.8	4.82	31.82	46.55
Etapa 2: Economías basadas en la eficiencia (incluye los países en transición a la etapa 3)							
Brasil	5.1	12.6	17.3	15.4	4.7	28.6	57.4
Chile	15.4	9.6	24.3	8.5	7.6	20.1	57.7
China	5.2	8.9	14.0	11.0	2.7	33.9	35.9
México	11.9	3.3	14.8	4.2	6.6	6.7	26.3
Promedio	9.4	8.6	17.6	9.8	5.4	22.32	44.32
Etapa 3: Economías basadas en la innovación							
Alemania	3.1	2.0	5.0	5.1	1.5	18.7	55.7
España	3.1	2.2	5.2	8.4	1.9	29.2	33.2
Estados Unidos	9.7	3.7	12.7	7.5	3.8	21.2	57.4
Japón	2.2	1.5	3.7	5.7	1.5	25.0	59.6
Promedio	4.52	2.35	6.65	6.67	2.17	23.52	51.47

Fuente: Extracto GEM Global 2013

En la tabla 4.57 se observa que la actividad emprendedora que muestra el mayor dinamismo en promedio, está en economía basada en factores, es decir, de manera general los índices son mayores. Conforme se avanza en el nivel de desarrollo económico, el promedio decrece como podrá verse en las economías basadas en eficiencia y en innovación.

Haciendo un análisis por cada una de las fases de la actividad emprendedora, podrá destacarse lo siguiente:

- a) **Emprendedores nacientes:** El promedio de las economías basadas en factores es del 8.88%, el de economías basadas en eficiencia 9.4% y el de economías basadas en innovación es de 4.52%.

Nigeria tiene el porcentaje más alto 20.0% de sus emprendedores se encuentra en etapa basada en factores; Chile muestra el 15.4% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 11.9%; los Estados Unidos muestran el 9.7% en la etapa basada en innovación.

- b) *Emprendedores nuevos*:** El promedio de las economías basadas en factores es del 10.8%, el de economías basadas en eficiencia 8.6% y el de economías basadas en innovación es de 2.35%.

Nigeria tiene el porcentaje más alto 20.7% de sus emprendedores se encuentra en etapa basada en factores; Brasil muestra el 12.6% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 3.3%; los Estados Unidos muestran el 3.7% en la etapa basada en innovación.

- c) *Tasa de actividad emprendedora temprana*:** El promedio de las economías basadas en factores es del 19.37%, el de economías basadas en eficiencia 17.6% y el de economías basadas en innovación es de 6.65%.

Nigeria destaca con el porcentaje más alto 39.9% de sus emprendedores se encuentra en etapa basada en factores; Chile muestra el 24.3% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 14.8%; los Estados Unidos muestran el 12.7% en la etapa basada en innovación.

- d) *Emprendedores establecidos*:** El promedio de las economías basadas en factores es del 13.8%, el de economías basadas en eficiencia 9.8% y el de economías basadas en innovación es de 6.67%.

Nigeria tiene el porcentaje más alto de empresas establecidas 17.5%; Brasil muestra el 15.4% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 4.2%; España muestra el 8.4% en la etapa basada en innovación.

- e) *Cierre de negocio*:** El promedio de las economías basadas en factores es del 4.82%, el de economías basadas en eficiencia 5.4% y el de economías basadas en innovación es de 2.17%.

Nigeria tiene el mayor índice de cierre de negocios 7.9%; Chile muestra el 7.6% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 6.6%; los Estados Unidos muestran el 3.8% en la etapa basada en innovación.

f) **Por necesidad (% de TEA):** El promedio de las economías basadas en factores es del 31.82%, el de economías basadas en eficiencia 22.32% y el de economías basadas en innovación es de 23.52%.

India tiene el porcentaje más alto, el 38.8% de sus emprendedores muestran una tasa de actividad emprendedora temprana por necesidad, encontrándose en etapa basada en factores; China muestra el 33.9% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 6.7%; España muestra el 29.2% en la etapa basada en innovación.

g) **Por oportunidad (% de TEA):** El promedio de las economías basadas en factores es del 46.55%, el de economías basadas en eficiencia 44.32% y el de economías basadas en innovación es de 51.47%.

Vietnam tiene el porcentaje más alto, el 62.2% de sus emprendedores muestran una tasa de actividad económica temprana por oportunidad, encontrándose en etapa basada en factores; China muestra el 57.7% en etapa basada en eficiencia y en este mismo rubro México muestra el 26.3%; Japón muestra el 59.6% en la etapa basada en innovación.

La actividad económica tiene un alto impacto en el nivel económico y de desarrollo de un país, ya que permite la generación de empleos y en el mejor de los casos su proyección hacia mercados globales; también da impulso al desarrollo económico de ideas innovadoras y competitivas (GEM, 2013).

4.5.1. Emprendimiento en México

La decisión de emprender compete exclusivamente a las personas, quienes toman dicha decisión considerando sus recursos, percepciones, expectativas e impresiones sociales entre otros elementos, que podrían afectar positiva o negativamente la actividad emprendedora en general.

En el año 2013, el GEM aplicó la Encuesta a Población Adulta (APS), para mostrar los efectos que las impresiones sociales ejercen sobre los emprendedores potenciales.

Considerando la población adulta de México, se preguntó lo siguiente:

1. Conoce a alguien que haya iniciado un negocio en los últimos dos años.
2. Considera que iniciar un negocio es una buena opción de carrera.
3. Piensa que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto.
4. Los medios de comunicación ponen atención en las historias de emprendimiento exitosas.

A continuación describimos los resultados obtenidos en la aplicación de la APS en México:

Tabla 4.58: Impresiones sociales del ambiente emprendedor, porcentaje de la población adulta, México 2010-2013.

Impresiones sociales	2010	2011	2012	2013
Conoce a alguien que haya iniciado un negocio en los últimos dos años	54.6	47.3	41.7	56.5
Considera que iniciar un negocio es una buena opción de carrera	69.4	56.6	56.0	57.8
Piensa que los emprendedores exitosos gozan de un estatus social alto	62.8	57.9	54.1	62.3
Los medios de comunicación ponen atención en las historias de emprendimiento exitosas	54.0	47.6	38.1	50.8

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Los resultados observados en el período evaluado, muestran una ligera mejora para el 2013 en relación al primer reactivo, es decir el 56.5% de la población adulta dijo conocer a alguien que ha iniciado un negocio en los últimos dos años; caso contrario para el segundo reactivo que muestra en el 2013 una baja considerable comparado con el 2010 donde los encuestados presentan un 57.8% y un 69.4% respectivamente sobre considerar que iniciar un negocio es una buena opción de carrera; el tercer reactivo sobre el estatus que gozan los empresarios exitosos, se observa una ligera baja entre el 2013 62.3% y el 2010 62.8%, finalmente otro aspecto social que afecta a los emprendedores, los medios de comunicación ponen

interés en cubrir historias de emprendedores exitosos, reflejan una baja, comparando el año 2014 50.8% y el año 2010 54.0%.

En términos generales no se denota una afectación positiva que impulse a los individuos a emprender y sustancialmente incrementar la actividad emprendedora en el período comprendido en la APS del año 2013.

Otro aspecto importante que la APS del año 2013 midió, es el relativo a las percepciones personales de los individuos, que juegan un papel importante sobre la decisión de emprender, afectando positiva o negativamente la actividad emprendedora.

Para esta etapa, la APS consideró los siguientes aspectos:

1. Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses
2. Tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio
3. Actitud frente al fracaso
4. Tiene planes de iniciar un negocio en los próximos tres años

A continuación describimos los resultados obtenidos en la aplicación de la APS en México:

Tabla 4.59: Actitudes y percepciones, porcentaje de la población adulta, México 2010-2013.

Impresiones sociales	2010	2011	2012	2013
Percibe buenas oportunidades de iniciar un negocio en los próximos 6 meses	55.6	43.4	45.0	53.6
Tiene las habilidades necesarias para iniciar un negocio	64.6	60.6	62.3	58.5
Actitud frente al fracaso	33.4	32.7	32.5	33.0
Tiene planes de iniciar un negocio en próximos tres años	22.3	25.8	22.9	23.5

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Comparando los años 2013 y 2010, en cuanto al primer indicador sobre la percepción de buenas oportunidades para iniciar un negocio en el corto plazo, se

observa una baja 53.6% contra el 55.6% respectivamente; comparando el mismo período sobre la percepción en cuanto a las habilidades necesarias para iniciar un negocio, se muestra nuevamente una baja 58.5% contra el 64.6% respectivo; el tercer aspecto actitud al fracaso en relación al 2013 y 2010, refleja una ligera baja 33.0% y 33.4%; finalmente sobre planes de iniciar un negocio al largo plazo, muestra un 23.5% en 2013 contra un 22.3% del 2010, mostrando cierta estabilidad en este aspecto.

Los resultados anteriores demuestran que para emprender, hay personas que identifican oportunidades y tienen habilidades para hacerlo, pero el miedo al fracaso puede afectarlos directamente para iniciar un negocio. Esto significa que independientemente de los esfuerzos realizados por el sistema educativo, de capacitación, Universidades y programas de gobierno, ciertas condiciones y diferentes aversiones al riesgo impedirán que emprendedores potenciales inicien una empresa (GEM, 2013).

En este mismo sentido, el GEM considera tres etapas importantes para medir la actividad emprendedora:

1. Emprendimiento naciente cuando se ha empezado a realizar acciones encaminadas a iniciar una empresa pero todavía no se pagan salarios.
2. Las empresas nuevas que incluyen las empresas que tienen menos 3.5 años de operar.
3. Las empresas establecidas que son aquellas que tienen más de 3.5 años de operar y pagan salarios.

Para esta etapa, los resultados se muestran en la siguiente tabla 4.60, donde la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) incluye a las empresas nacientes y nuevas.

Tabla 4.60: Tasas de emprendimiento de acuerdo a la etapa de actividad emprendedora, México 2010-2013.

Etapa actividad emprendedora	2010	2011	2012	2013
Empresas nacientes	8.6	5.7	7.9	11.9
Empresas nuevas	2.0	4.0	4.3	3.3
TEA (empresas nacientes y empresas nuevas)	10.5	9.6	12.1	14.8
Empresas establecidas	0.4	3.0	4.7	4.2
Tasa total de emprendimiento (emprendedores en cualquier etapa)	10.8	12.6	16.5	18.4

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

En términos generales y observando el período 2010-2013, se muestra un aumento sostenido a partir del 2011, siendo el año 2013 donde se muestran mejores resultados.

Si bien es cierto que los resultados mostrados en la tabla 4.60 son alentadores, aún hay mucho camino por recorrer en cuanto a la creación de nuevas empresas y su sostenibilidad a través del tiempo, de tal forma que es tarea de todos los sectores involucrados, el generar las condiciones idóneas para potenciar en nuestros jóvenes el emprendimiento.

Pasando a otro indicador contemplado en el GEM 2013, se consideraron las siguientes razones como indicadores de cierre de negocios:

- a) El negocio no era rentable
- b) Problemas para conseguir financiamiento
- c) Surgió otro trabajo u oportunidad de negocio
- d) Oportunidad de vender
- e) La salida fue planeada con anticipación
- f) Retiro
- g) Motivos personales
- h) Un incidente

La tabla 4.61: muestra los resultados obtenidos sobre el cierre de empresas en México:

Tabla 4.61: Razones para dejar de operar un negocio propio, México 2011-2013

Razones	2011	2012	2013
El negocio no era rentable	25.3	32.5	20.9
Problemas para conseguir financiamiento	19.0	23.2	24.9
Surgió otro trabajo u oportunidad de negocio	5.0	7.4	13.0
Oportunidad de vender	16.2	5.6	6.2
La salida fue planeada con anticipación	1.6	1.9	7.9
Retiro	0	2.7	1.1
Motivos personales	25.0	20.3	18.6
Un incidente	4.1	2.8	7.3

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Como resultado de la tabla anterior, se puede observar que una de las razones más importantes es la relacionada con la falta de financiamiento mostrando un 24.9% para el 2013, en relación con el año 2012 con un 23.2% y el año 2011 con un 19.0%, esto indica que uno de cada 4 emprendedores sale del negocio por esta razón. En general los resultados en cuanto a las distintas razones para cerrar un negocio, muestran resultados variados, sin embargo la falta de rentabilidad también afecta de manera directa a este indicador.

Un indicador más que el modelo GEM reconoce, son las razones para emprender, es decir, porqué una persona se convierte en emprendedor. Para lo cual se identifican dos razones fundamentales:

1. Por oportunidad
2. Por necesidad

La tabla 4.62 muestra los resultados obtenidos sobre las tasas de emprendimiento de acuerdo a estas dos razones como porcentaje de la población total tanto para hombres como para mujeres en México:

Tabla 4.62: Tasas de emprendimiento por oportunidad y necesidad, México 2010-2013

Tasa de emprendimiento	Oportunidad				Necesidad			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
TEA Total	8.3	7.5	10.3	7.5	2.0	1.9	1.6	1.0
TEA Hombres	8.8	8.8	10.3	8.5	1.8	1.7	1.6	1.3
TEA Mujeres	7.8	6.3	10.3	6.5	2.2	2.0	1.7	0.8

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

En el año 2013, el porcentaje total de emprendedores que lo hicieron por oportunidad fue del 7.5%, en el caso de hombres representan el 8.5% y mujeres el 6.5%; respecto a quienes lo hicieron por necesidad para el mismo período el total fue del 1.0%, siendo en el caso de hombres el 1.3% y de mujeres el 0.8%. Resulta alentador que la tasa de emprendimiento referente a la razón de oportunidad, sea la que destaca en el período analizado.

El modelo GEM, considera que para un mejor entendimiento del fenómeno del emprendimiento, independientemente de las percepciones, actitudes y motivaciones de los emprendedores para iniciar una empresa y que fueron analizados anteriormente, es necesario conocer el perfil emprendedor que poseen, y su influencia en la actividad emprendedora. Para lo cual se identifica el perfil emprendedor en México, basándose en cuatro características:

1. Edad
2. Ingreso
3. Nivel educativo
4. Condición de ocupación

La tabla 4.63 muestra los porcentajes de la población de cada grupo de edad que en el período 2011-2013, realizaron alguna actividad emprendedora en México:

Tabla 4.63: Tasas de emprendimiento por grupo de edad, México 2010-2013

Grupo de edad	TEA			Establecidos		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
18-24	6.3	10.1	14.8	0.7	1.1	0.7
25-34	10.5	13.9	15.9	1.7	2.5	4.0
35-44	13.3	12.9	15.7	4.6	6.6	5.4
45-54	9.5	12.0	15.9	6.1	8.1	6.1
55-64	6.4	10.2	8.9	3.1	7.7	6.0

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Los resultados del año 2013, muestran que la población ubicada en el rango de 18-24 años, en el rubro de la actividad emprendedora temprana (TEA), es decir empresas nacientes con menos de 3.5 años de vida, los jóvenes impactaron positivamente a la actividad emprendedora en México, en un 14.8%; mientras que en lo referente a negocios establecidos, (empresas con más de 3.5 años operando), su impacto fue muy bajo 0.7%, estas son razones de peso para impulsar políticas concretas que impacten el emprendimiento en los jóvenes, así como estrategias dentro de las IES que combinen dichas políticas con la transmisión de conocimiento y habilidades emprendedoras.

La tabla 4.64 muestra los porcentajes de la población que de acuerdo a su nivel de ingreso han impactado a la actividad emprendedora en México, en el período 2011-2013:

Tabla 4.64: Tasas de emprendimiento según nivel de ingreso, México 2011-2013

Nivel de ingreso	TEA			Establecidos		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Bajo	3.2	3.4	5.1	0.7	1.0	1.1
Medio	4.1	6.0	10.1	1.6	0.8	2.1
Alto	3.8	7.7	11.7	1.6	3.5	3.8

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Se puede observar que en el año 2013, la población con ingreso medio e ingreso alto, son quienes tienen mayor participación en la actividad emprendedora temprana; en cuanto a la participación en negocios ya establecidos, es la población con ingresos altos quienes impactan de mayor forma la actividad emprendedora en México. Lo anterior permitirá reflexionar en el sentido que, cuanto mayor ingreso tiene la población, las actividades emprendedoras en México se incrementan.

La tabla 4.65 muestra los porcentajes de la población que de acuerdo a su nivel educativo han impactado a la actividad emprendedora en México, en el período 2011-2013:

Tabla 4.65: Tasas de emprendimiento según nivel educativo, México 2011-2013

Nivel educativo	TEA			Establecidos		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Educación básica	5.3	11.5	12.9	3.8	3.4	3.2
Educación media superior (bachillerato)	9.3	10.4	17.8	1.6	4.3	4.9
Educación superior o técnica con bachillerato	8.1	16.4	16.1	2.0	8.4	5.8
Posgrado	3.2	9.9	5.4	0.8	8.4	8.9

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

En el año 2013, se muestra que existe una mayor participación dentro de la actividad emprendedora temprana, a la población que cuenta con educación media y quienes cuentan con educación superior, en un 17.8% y el 16.1% respectivamente; en el caso de negocios establecidos, la población que cuenta con estudios de posgrado impacta en un 8.9% a la actividad emprendedora en México.

La tabla 4.66 muestra los porcentajes de la población que a la par de la actividad principal que realizan, han emprendido un negocio en México, en el período 2011-2013:

Tabla 4.66: Tasas de emprendimiento según condición de actividad, México 2011-2013.

Condición de actividad	2011	2012	2013
Trabaja y es parte de la TEA	14.2	16.5	17.8
No trabaja y es parte de la TEA	3.1	4.5	5.0
Estudia o está retirada y es parte de la TEA	1.3	1.0	2.4

Fuente: Encuesta a población adulta APS, GEM 2010-2013

Como podrá observarse, en el año 2013, la población que se encuentra laborando y además emprendiendo un negocio, muestra el mayor impacto dentro de la actividad emprendedora en México, con un 17.8%. Por otra parte la población que se encuentra estudiando o en retiro, muestra que su participación, va incrementándose con respecto a los dos años anteriores, es decir, un mayor número de jóvenes estudiantes está decidiendo emprender un negocio.

4.5.2. Emprendimiento universitario

En tiempos recientes, las Universidades han incorporado a la currícula de sus distintas carreras el área de Desarrollo Emprendedor. Esta incorporación al currículum va desde actividades motivacionales, usualmente extra-académicas y actividades académicas, como cursos dentro del plan de estudios de las distintas carreras, hasta parques de incubación de empresas. La creación y arranque de empresas en estos planes es opcional, en muchos casos el alumno recibe una capacitación académica sobre como arrancar una microempresa, sus elementos y administración (Programa Emprendedor Vicerrectoría de Docencia BUAP, 2007).

A través del acompañamiento, tutorío y asesoría brindada por los profesores y centros de emprendedores involucrados en este tipo de actividades, será como los alumnos podrán tener una visión que contemple la generación de ideas, arranque y puesta en marcha de un negocio, todo esto enmarcado en un esquema pedagógico.

4.6. La actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP

La Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, a través de la Vicerrectoría de Docencia, desarrolla el denominado Programa Emprendedor que contiene el Curso de Sensibilización y Manual del participante, cuyo propósito es brindar al interesado, una guía de operación académica del Programa Emprendedor así como una visión de la temática y actividades principales de los cursos de emprendedores y demás temas que contempla dicho programa. Por otra parte busca sensibilizar al participante en el fomento del espíritu emprendedor como parte de su vida diaria, logrando transferir este valor a sus alumnos y obtener un efecto multiplicador en su comunidad (Programa Emprendedor Vicerrectoría de Docencia BUAP, 2007).

Dicho programa, busca desarrollar en los alumnos su espíritu emprendedor a través de las actividades académicas, motivacionales y de apoyo, proporcionando además conocimientos, aptitudes, valores y apoyos que favorezcan que estos consideren el iniciar su propia empresa como una opción de vida y carrera.

El Programa Emprendedor contempla tres niveles, que marcan el tipo y grado de compromiso en el que el alumno podría encontrarse, y el respaldo institucional, con el que se cuenta para ofrecerles un excelente servicio:

- 1. Motivación:** Apoyados en aulas e instalaciones propias para esta etapa.
- 2. Académico:** Alternativas didácticas para desarrollar el espíritu emprendedor, talentos y habilidades.
- 3. Apoyo institucional:** Instalaciones, equipos y herramientas necesarias.

La BUAP cuenta con infraestructura y recursos necesarios para ofrecer a los alumnos que muestren deseos y aptitudes emprendedoras, una formación estructurada que contempla un alto impacto social y económico, y cuya proyección considera tres aspectos fundamentales:

1. Que sus graduados establezcan su propia empresa
2. Creando centros de formación de emprendedores
3. Difusión de la cultura emprendedora

El Programa Emprendedor es en buena medida donde la actividad emprendedora de la BUAP, está focalizando sus acciones, y el involucramiento del alumno en cada uno de los niveles, dependerá del avance en el que ellos se encuentren en relación a la creación de empresas. Cabe señalar que cada nivel se encuentra compuesto por actividades y/o apoyos con los que el Programa cuenta para dar servicio a los alumnos, de tal forma que se impulsa el desarrollo económico del país fomentando el espíritu emprendedor.

Adicionalmente el Programa Emprendedor, contempla el Manual del Profesor cuyo propósito es fomentar el espíritu emprendedor, a través de un curso denominado “Desarrollo de Emprendedores”, para lo cual se han definido con mucha claridad sus lineamientos, funciones, políticas, temas y actividades necesarias para lograr un mejor funcionamiento durante la impartición de clases.

Por otra parte, la currícula profesional de la Facultad, contempla la asignatura “Innovación y Talento Emprendedor” considerada en el MUM dentro del Mapa Curricular Programa Educativo 2009, en el rubro de Formación General Universitaria (FGU).

Asimismo la Facultad cuenta con una unidad de apoyo del CICE, gestionada y administrada internamente por docentes de la Facultad, cuya función es brindar apoyo a los interesados para la generación de ideas de negocio y puesta en marcha de los mismos.

4.7. Aceptación o no de la hipótesis

A continuación se llevará a cabo la aceptación o no de la hipótesis planteada en la presente investigación.

Hipótesis: El desarrollar un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en los alumnos, generará herramientas de aprendizaje para incentivar la actividad emprendedora y como consecuencia crear alternativas de desarrollo profesional en los egresados.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos por la aplicación del instrumento de medición, la hipótesis contiene los elementos necesarios que validan su planteamiento.

Lo anterior se sustenta en la afectación negativa para fomentar el emprendimiento en los alumnos en las siguientes variables:

1. Variable familia, la familia no está muy de acuerdo en que los alumnos una vez egresados, se dediquen a otra cosa que no sea su formación profesional.
2. Variable institución educativa, los alumnos demandan mayor promoción e impacto de la Facultad para promover el emprendimiento y mayor participación de los profesores para impulsar dicho emprendimiento.
3. Variable entorno de desarrollo social y económico, a pesar de considerar que en el país existen las condiciones necesarias para emprender, no cuentan con el apoyo gubernamental pertinente, sumada la inseguridad social y la falta de poder adquisitivo de la población.
4. Variable recursos técnicos y económicos, los alumnos no cuentan con recursos técnicos y económicos suficientes para emprender.
5. Variable competencias y habilidades, las asignaturas sobre emprendimiento son insuficientes para asimilar competencias y habilidades necesarias para mejorar su intención y motivación emprendedora, requieren alternativas y estrategias diferentes a las existentes y mayor involucramiento y apoyo de la planta docente.
6. Variable conceptual, a pesar del nivel académico en el que se aplicó el instrumento de medición, los alumnos carecen del conocimiento teórico básico necesario para entender y generar ideas claras de negocio de manera práctica.

Las variables que tienen un efecto positivo en los alumnos para motivar el emprendimiento son:

1. Variable edad, la juventud de los alumnos les permite ser tolerantes al riesgo para emprender, sin embargo carecen de ideas claras para generar ideas de negocio exitosos.
2. Variable género, los alumnos no consideran como limitante para emprender el género, sin embargo perciben cierta discriminación hacia ellos, que no sería un impedimento para ser emprendedores.
3. Variable antecedentes emprendedores familiares, el contar con familiares emprendedores, no es factor decisivo para sentirse obligados a emularlos o seguir con la tradición familiar.
4. Variable experiencia laboral previa, los alumnos se motivan para emprender, al haber trabajado con empleadores exitosos, esta experiencia laboral previa, les proporciona confianza y conveniencia para emprender.

Realizando un cruce de resultados en cuanto a la afectación para emprender, en los alumnos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, es posible observar que existen áreas de oportunidad que deben ser tomadas en cuenta mediante la implementación de estrategias innovadoras

4.8. Cumplimiento de objetivos

Los objetivos planteados en la presente investigación han sido cumplidos satisfactoriamente. En capítulos anteriores, se desarrollaron cada uno de los objetivos particulares, consistentes en:

1. Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos (teorías relacionadas e instrumento de medición).
2. Definir el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora (estudios realizados sobre el tema y resultados del instrumento de medición).
3. Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos (MUM, contenidos del Programa Emprendedor de la Vicerrectoría de docencia de la BUAP, la unidad de apoyo del CICE, y el Modelo Estratégico propuesto).

4. Definir los aspectos más importantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública (estudios realizados por el GEM a nivel global y local, generación y transmisión de conocimiento e innovación, sobre base tecnológica).

CAPÍTULO V. HACIA UNA PROPUESTA

5.1. Sistematización de la propuesta

5.1.1. Resultados relevantes de la investigación

La base que sustenta la propuesta de un Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en sus alumnos, en torno a las actividades emprendedoras de la Facultad, son el análisis de los resultados obtenidos por la aplicación del instrumento de medición a la muestra que representa el 73.40% de los alumnos del área de Finanzas de la Facultad.

A continuación se presentan los resultados más relevantes, que sirven de base para la propuesta del Modelo estratégico, y que afectan negativamente el emprendimiento en los alumnos.

1. Variable familia, la familia no está muy de acuerdo en que los alumnos una vez egresados, se dediquen a otra cosa que no sea su formación profesional.
2. Variable institución educativa, los alumnos demandan mayor promoción e impacto de la Facultad para promover el emprendimiento y mayor participación de los profesores para impulsar dicho emprendimiento.
3. Variable entorno de desarrollo social y económico, a pesar de considerar que en el país existen las condiciones necesarias para emprender, no cuentan con el apoyo gubernamental pertinente, sumada la inseguridad social y la falta de poder adquisitivo de la población.
4. Variable recursos técnicos y económicos, los alumnos no cuentan con recursos técnicos y económicos suficientes para emprender.
5. Variable competencias y habilidades, las asignaturas sobre emprendimiento son insuficientes para asimilar competencias y habilidades necesarias para mejorar su intención y motivación emprendedora, requieren alternativas y estrategias diferentes a las existentes y mayor involucramiento y apoyo de la planta docente.

6. Variable conceptual, a pesar del nivel académico en el que se aplicó el instrumento de medición, los alumnos carecen del conocimiento teórico básico necesario para entender y generar ideas claras de negocio de manera práctica.

5.1.2. Implicaciones teóricas de la investigación

A pesar de la extensa investigación en temas sobre emprendimiento y la actividad emprendedora, aún no se ha llevado a cabo investigaciones que determinen la importancia y el potencial que se tiene al identificar las actitudes para emprender en los alumnos universitarios.

Cabe mencionar que la mayoría de los estudios realizados, se centran en identificar las actitudes y características emprendedoras en los individuos, enfocándose en dos aspectos:

1. Identificar las características generales de un emprendedor tradicional.
2. Determinar los comportamientos y actitudes que predicen la intención a emprender en un individuo común.

Gran parte del fundamento teórico de la presente investigación, es tomado del Modelo de la triple hélice, en la que los tres principales actores en la misma: Universidad, industria y gobierno, son los responsables de generar, fomentar y potenciar relaciones y roles, con el objetivo común de crear nuevas empresas, innovación, conocimiento y desarrollo económico.

Lo expuesto en el párrafo anterior, será posible complementarlo en una economía basada en el conocimiento.

En la década de los noventa, surge el concepto “economía basada en el conocimiento”. Asimismo comenzaron a circular varias publicaciones de carácter académico, gubernamental y de negocios que empezaron a acuñar dicho término y que reconocían que las actividades económicas estaban siendo transformadas por los avances en las tecnologías de información y comunicación (David, 2002).

El concepto como tal ha sido fuertemente impulsado principalmente por el Banco Mundial y por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). La propuesta del Banco Mundial (2001), señala que en la nueva economía el conocimiento es creado, adquirido, transmitido y utilizado con mayor efectividad por los individuos, las organizaciones y las comunidades para promover el desarrollo económico y social.

Por su parte la OCDE (2004), define a las economías del conocimiento como aquellas basadas directamente en la producción, distribución y uso del conocimiento y la información, y que están apoyadas por los rápidos avances de la ciencia y de las tecnologías de la información y comunicación. La creación rápida del conocimiento y la mejora al acceso a las bases del conocimiento son factores que están incrementando la eficiencia, la innovación, la calidad de los bienes y servicios, así como la equidad.

La economía basada en el conocimiento contempla cinco elementos clave, que se relacionan y vinculan inherentemente en el desarrollo de una economía del conocimiento en una región, en un país o en una ciudad:

- A. Capital humano calificado y un uso intensivo del conocimiento en la producción.
- B. Alto grado de atractividad internacional, buen nivel de competitividad y una clara orientación hacia el exterior.
- C. Un marco institucional y un capital social que favorezca la certidumbre y la confianza entre los agentes, y que disminuyan los costos de transacción de las actividades económicas.
- D. Uno o varios sistemas de innovación en conjunto con una buena capacidad emprendedora.
- E. Una adecuada y expandida infraestructura de información, comunicación y tecnología.

A. Capital humano calificado

Cuanto más educada sea una población, y poseedora de habilidades esencialmente para la creación, adquisición, diseminación y utilización del

conocimiento, mayor será su aporte en la producción. Entre mayor sea el capital humano, entendido como los conocimientos y habilidades que cada persona posee y que puede aportar al proceso productivo, mayor será la productividad y por ende mayor será el crecimiento económico (Chen y Dalman, 2004).

B. Atractividad internacional, competitividad y atracción hacia el exterior

En la economía del conocimiento, la atractividad internacional puede entenderse como “la capacidad para crear un ambiente doméstico propicio para atraer inversión directa productiva a una región” (Web, 1996), mientras que la orientación hacia el exterior es entendida como la vocación de la actividad productiva de una región hacia los mercados internacionales.

C. Marco institucional y capital social que fortalezca la certidumbre, la confianza y que disminuyan los costos de transacción de las actividades económicas

En la economía basada en el conocimiento, la creación, transmisión y uso del conocimiento será posible en tanto las leyes y normas regidoras de la actividad económica proporcionen los incentivos adecuados a los agentes económicos, para lograrlo el papel del gobierno es esencial.

Es necesario garantizar que el sistema legal y administrativo sea transparente, eficaz y eficiente, libre de corrupción, asimismo, su actuación económica debe ser congruente y responsable, y que su gasto e endeudamiento deben ser sostenibles (Chen y Dalman, 2004).

En cuanto al capital social, cobra notable importancia en la economía del conocimiento, es decir, personas profesionistas en cualquier ámbito de la producción, obtiene mejores resultados trabajando en equipo. De igual manera empresas de la misma industria o diferentes, podrían hacer inversiones conjuntas que les permitan generar procesos productivos innovadores por el bien común.

El establecimiento de normas de reciprocidad entre diferentes grupos de acción colectiva, la consolidación de redes de cooperación cívica y económica, y el surgimiento de organizaciones sociales, civiles y empresariales, determinan el

funcionamiento de las instituciones de un país e inciden en su desempeño económico y político (Putnam, 1993).

D. Sistemas de innovación y capacidad emprendedora

Este elemento, debe fomentar el denominado “proceso de destrucción creativa”, mediante el cual la economía se reinventa y expande sus fronteras.

En la economía basada en el conocimiento, la pieza central es la existencia de sistemas regionales de innovación; redes de instituciones, reglas y procedimientos que influyen en la manera en que un país adquiere, disemina y utiliza el conocimiento (Chen y Dalman, 2004). Estas redes son compuestas por Universidades, centros de investigación, consultorías, institutos especializados en políticas públicas, organizaciones no gubernamentales y gobierno.

Es posible afirmar, que un sistema de innovación eficaz, es aquel capaz de generar condiciones propicias para la investigación y desarrollo de las empresas, vinculando a ésta últimas con las Universidades, apoyados de políticas públicas que fomenten el desarrollo y el uso del conocimiento en la producción.

E. Infraestructura de información, comunicación y tecnología

Una buena infraestructura de información, comunicación y tecnología, expande la capacidad de acumular, analizar y comunicar información y conocimiento a un costo mínimo y en tiempo real. El uso del conocimiento en la actividad económica, se determina en gran parte, por la capacidad regional de procesamiento de grandes flujos de información, así como las posibilidades de acceder de manera remota a grandes bancos de datos y sistemas administrativos (David, 2002).

Gran parte de las actividades económicas, se soportan en las tecnologías de información y comunicación. El cambio tecnológico presenta la posibilidad de transmitir eficientemente el conocimiento tácito de persona a persona, empresa a empresa, etc., sin que la distancia sea un impedimento, aunado a que la codificación del conocimiento es más accesible y menos costosa al ser manipulada y modificada a nivel virtual.

5.2. Esquema de la propuesta

Si bien es cierto que las IES, están incorporando a sus planes de estudio asignaturas, cursos y talleres para promover el emprendimiento basándose en sus actividades emprendedoras, aún hace falta realizar investigaciones y desarrollo de metodologías con sustento teórico sobre el emprendimiento en las mismas, de tal forma que siendo un campo fértil para la investigación, sea posible determinar las estrategias adecuadas para focalizar en primera instancia las necesidades implícitas en los alumnos tanto de conocimientos como habilidades y competencias para emprender, complementando el conocimiento teórico con la práctica profesional y de negocios, seguido de la función que el Estado como actor en toda economía, debe realizar creando políticas de alto impacto, en favor de los emprendedores, que les permitan desarrollar a partir de la teoría académica y la práctica profesional, ideas de negocio que sean susceptibles de convertirse en nuevas empresas, que contribuyan al crecimiento económico y social de nuestro país.

En cuanto a la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, es menester involucrar a los cuerpos académicos, alumnos, autoridades institucionales y de gobierno para elaborar planes y estrategias interdisciplinarias que provean a los alumnos de todo lo necesario para desarrollar a la par de su formación académica proyectos exitosos y de alto impacto empresarial, así como alternativas laborales profesionales y empresariales que sumen y desarrollen positivamente la economía regional.

5.3. Modelo estratégico de emprendimiento universitario basado en competencias

Las nuevas teorías de crecimiento económico postulan que la forma más efectiva que los países tienen para desarrollarse en el largo plazo es mediante una mayor productividad generada a partir del cambio tecnológico y la innovación.

A su vez, la aplicación de *nuevo conocimiento* a los mecanismos de producción y la mejora y creación de nuevos productos es la forma más virtuosa de incrementar la productividad. Prueba de esto se puede validar por los reportes

emitidos por el Banco Mundial (2002) donde hace notar que países que cuentan con recursos naturales abundantes tienden a rezagarse con relación a los países que se especializan en la producción de bienes de mayor valor agregado como manufacturas, bienes de capital o desarrollo de tecnología.

No obstante, la evidencia también muestra que países ricos en estos recursos, entre ellos Canadá, Finlandia, Suecia, Australia y Nueva Zelanda, han logrado desarrollarse en forma permanente y, en algunos casos, acelerada, a pesar de dicha condición.

Esto, en gran medida, gracias a la *innovación y el desarrollo tecnológico* en los sectores donde poseen ventajas competitivas, la aplicación productiva de los últimos conocimientos disponibles –muchos provenientes del extranjero–, así como la búsqueda de nuevas áreas de ventaja competitiva. No se ha tratado necesariamente de forzar un patrón de desarrollo y comercio distinto del que ha llevado al país a ser exitoso, sino que de fortalecer y profundizar las ventajas que ya se tenían.

Sin embargo, la experiencia muestra que para que los países puedan innovar con efectividad deben poseer la capacidad de “*aprendizaje*” para asimilar nuevos conocimientos o para crearlos internamente. Así, la mera existencia de nuevos conocimientos y técnicas en los países avanzados no asegura que un país menos desarrollado pueda adquirirlos con facilidad.

Por ello, se necesita el *desarrollo sincronizado* de un mayor esfuerzo coordinado y orientado a la innovación que en conjunto con la formación de capital humano, entienda y utilice dicha innovación ya que solo de esta manera, las nuevas capacidades permitirán reforzar efectivamente las áreas donde el país tiene ventajas.

Un actor fundamental en estos procesos de innovación y creación de valor agregado en los procesos o productos es el emprendedor.

Los emprendedores son pieza clave para la actividad económica de las naciones, crean riqueza y empleo a través de sus acciones emprendedoras, con

cada acción emprendedora se inicia un nuevo ciclo dentro de un proceso interminable de desarrollo, la acción emprendedora más común se visualiza a través de la creación de una nueva empresa. Las nuevas iniciativas empresariales generan puestos de trabajo, intensifican la competencia en los mercados e impulsan la innovación y la creatividad. En términos generales, los emprendedores favorecen al desarrollo económico de las naciones en todos sus aspectos.

5.3.1. Fundamento del Modelo

El interés en desarrollar el emprendimiento en la educación no es un tema de reciente aparición (Lans, Hulsink, Baert y Mulder, 2008), las últimas dos décadas han presenciado un incremento acelerado en la creación en cursos y programas académicos diseñados para fomentar el emprendimiento en todos sus niveles, esto es, desde niveles básicos hasta niveles universitarios (Blenker, Korsgaard, Neergaard y Thrane, 2011).

Actualmente, la educación con emprendimiento transversal se ha convertido en un tema vital para la investigación, prácticas y políticas regulatorias para la mayoría de los países (Kozlinska, 2011), es por ello que, como una de sus estrategias, estos buscan su desarrollo a través del fomento al emprendimiento a través de la educación.

Un elevado porcentaje de Universidades en el mundo están enfocando su atención en fomentar el emprendimiento en los estudiantes desde el interior de los salones de clase (Azizi, Sabbagian y Daryani, 2008), por esta razón, la actualización y la creación de nuevos cursos y programas ha sido un proceso continuo que busca desarrollar la competencia emprendedora (Duval-Couetil, 2013).

Se puede entender el emprendimiento, en un contexto educativo, como la *capacidad de un alumno para aplicar los conocimientos en la transformación de las ideas en acciones, esto incluye la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar los objetivos* (Curavic, 2011).

Por tal motivo es indispensable la promoción de nuevos modelos educativos y formativos que permitan facilitar el “aprendizaje” de las nuevas teorías y metodologías para el desarrollo de capacidades específicas y prioritariamente la promoción de una masa crítica de individuos capaces de asimilar y utilizar productivamente este conocimiento existente y fácilmente de adquirir.

La propuesta del Modelo Estratégico para el Área de Emprendimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que fomente el emprendimiento en sus alumnos, en torno a las actividades emprendedoras de la Facultad, expuesto en este documento tiene como fin principal, el facilitar la incorporación de nuevos conocimientos disponibles en otras partes del mundo, requiriéndose solo su adopción, y eventualmente, su adaptación a las condiciones actuales de la facultad.

Asimismo contempla establecer mecanismos para el desarrollo de competencias emprendedoras, entendiéndose éstas como la “capacidad de una persona para adquirir recursos, mantener el control de relaciones internas y externas, integrar los recursos en un plan de acción para alcanzar los objetivos específicos y la implementación de un monitoreo constante de un conjunto de procesos caóticos muy diferentes entre sí” (Capaldo, Landoli y Zollo, 2006).

Figura 5.1: Esquema del Modelo estratégico propuesto



Fuente: Elaboración Propia

La propuesta contempla 3 áreas estratégicas que permitan el logro del objetivo planteado:

- A. Emprendimiento Académico
- B. Investigación y Emprendimiento Regional
- C. Programas y actividades de fomento emprendedor

En conjunto el Modelo contempla el involucramiento de los 2 actores fundamentales en el proceso enseñanza aprendizaje de la Facultad de Contaduría Pública, que son los Cuerpos académicos y los alumnos.

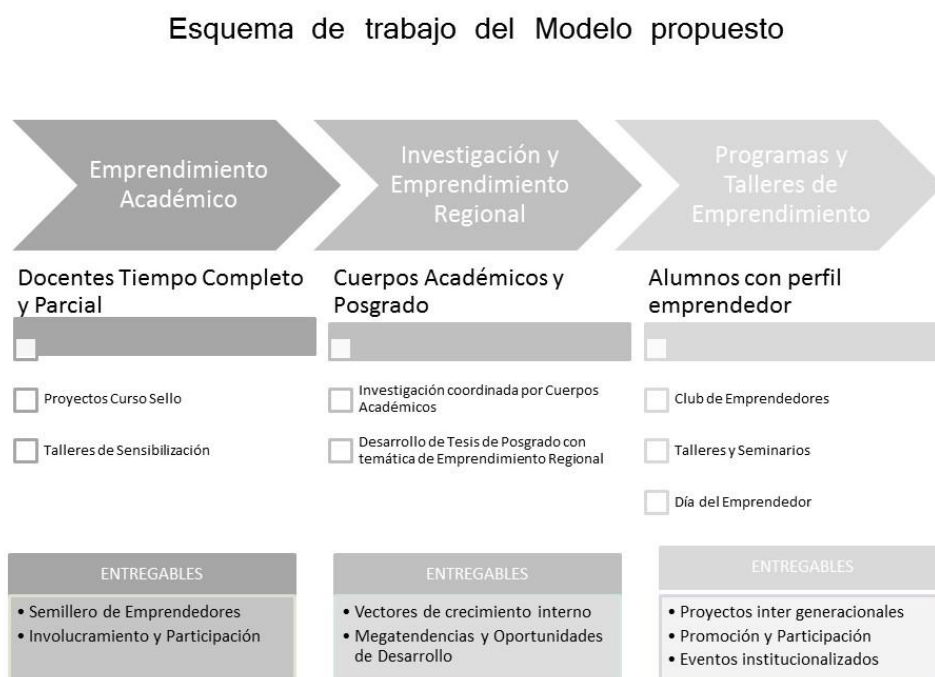
El proceso de aprendizaje en los alumnos comienza en un nivel individual, este se lleva a cabo mediante la adquisición de conocimientos y habilidades a través de la enseñanza, el estudio y la experiencia personal. En un salón de clase, una estrategia efectiva en la enseñanza-aprendizaje del espíritu emprendedor se identifica cuando se visualiza un cambio significativo en el comportamiento del alumno dirigido a la realización de acciones emprendedoras (Harkema y Schout, 2008).

Por otro lado, la enseñanza del emprendimiento debe respaldarse en la teoría. Sin embargo, el Cuerpo académico involucrado en estos procesos que desarrollan el emprendimiento debe trabajar estrechamente con la teoría y la práctica.

Para un profesor universitario, el dar clases con emprendimiento transversal representa un gran desafío, asimismo es importante resaltar que los diferentes enfoques en la enseñanza del emprendimiento que son exitosos para una cultura o región pueden no ser exitosos para otra, cada región posee características culturales y sociales únicas que deben ser consideradas. Es posible aplicar las mejores prácticas en la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento identificando las características emprendedoras del entorno regional, las motivaciones para emprender y los factores que intervienen en la intención emprendedora.

El esquema de trabajo con el cual operará el Modelo propuesto se resume en la siguiente Figura 5.2.

Figura 5.2: Esquema de trabajo del Modelo propuesto



Fuente: Elaboración Propia

A continuación se explicarán de manera detallada las acciones contempladas en cada una de las áreas estratégicas del Modelo resaltando a quien van dirigidos estos esfuerzos, los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos y los entregables propuestos para cada uno de los procesos.

5.3.2. Emprendimiento Académico

Como se ha mencionado de manera amplia en la presente investigación, el desarrollo de competencias emprendedoras no se puede percibir como una simple cuestión de adquisición de conocimiento, la educación con *emprendimiento transversal* se enfoca en desarrollar la capacidad de actuar de una manera emprendedora.

La actitud y el comportamiento son elementos incluso más importantes que el conocimiento como tal acerca de cómo echar a andar un negocio.

En síntesis, la educación con *emprendimiento transversal* significa el desarrollo de una cultura que es a través de, para y sobre el espíritu emprendedor. Para un alumno, tales competencias son mejor adquiridas si y solo si quién las enseña es un líder con características especiales que dirige correctamente el desarrollo de ideas para convertirlas en acciones.

En este sentido es posible decir que el éxito del Modelo propuesto, tiene como base el apoyo institucional a esta área estratégica ya que es el Cuerpo académico el principal promotor y ejecutor de una iniciativa de esta índole.

Actualmente existen esfuerzos muy concretos que la BUAP ha desarrollado para apoyar a los Cuerpos académicos, como lo es el Curso de sensibilización, cuyo principal objetivo el lograr en los participantes (personal académico), la comprensión y análisis del Programa emprendedor, de tal manera que le permita su implantación para el fomento y desarrollo del espíritu emprendedor del alumno.

Las dos acciones concretas que se proponen para la primera área estratégica del presente Modelo “Emprendimiento académico” son las siguientes:

a) **Acción 1:** Aprovechar los beneficios del *Curso de Sensibilización del Programa Emprendedor* a través de sesiones de capacitación organizados por la Dirección de la Facultad.

Beneficio esperado: Sensibilizar a los docentes sobre la importancia de desarrollar y fortalecer el espíritu emprendedor de los alumnos, así como mejorar la comprensión, análisis y aplicación del Programa emprendedor en la Facultad, que permita el fomento de la cultura emprendedora.

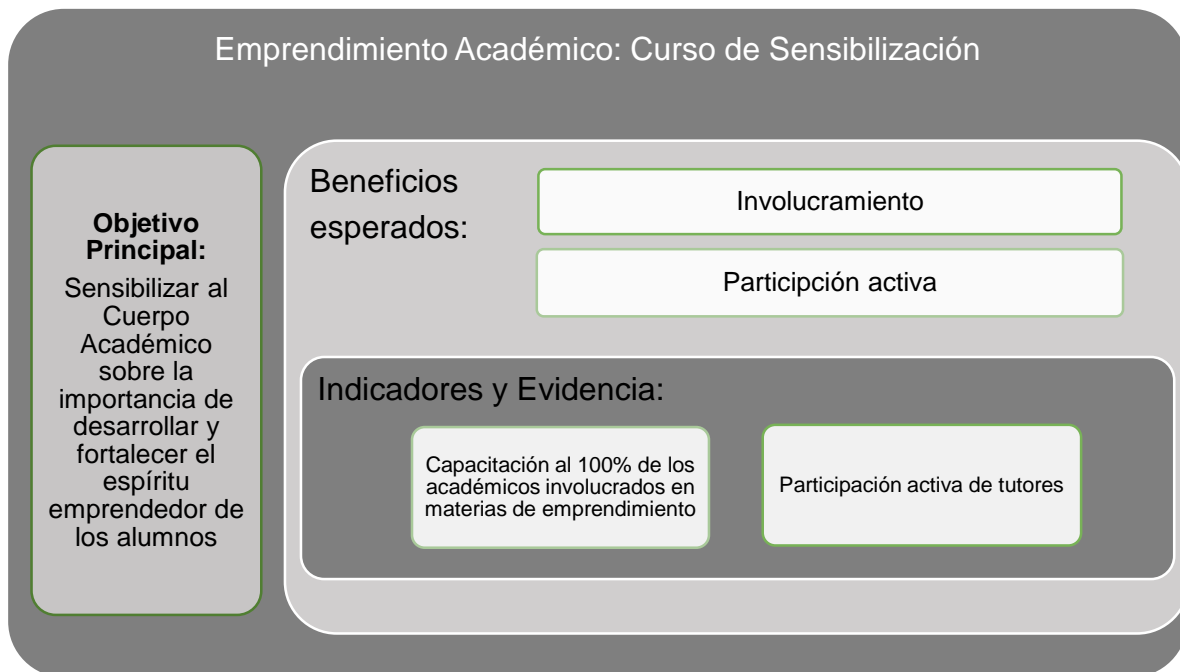
Factor de Beneficio: Involucramiento de los docentes de la Facultad de Contaduría Pública, en los procesos de promoción de la cultura emprendedora y la participación activa en los eventos y actividades organizadas para este fin.

Indicadores sugeridos: Capacitación al 100% de los docentes involucrados en materias sobre temas de emprendimiento de la Facultad, con el Curso de sensibilización y participación activa por medio de tutores, mediante esquemas de consultoría y asesoría.

Requerimientos: Calendarización de 2 Cursos de sensibilización de manera anual y seguimiento por parte de la Coordinación académica de la Facultad.

Entregables: Evidencia de los procesos de capacitación al 100% de los docentes involucrados en materias de emprendimiento de la Facultad.

Tabla 5.1: Emprendimiento académico, curso de sensibilización



Fuente: Elaboración Propia

b) Acción 2: Identificar a los alumnos con mayor potencial de emprendimiento para el desarrollo de un semillero de emprendedores, entendiéndose éste último como un grupo de alumnos en los cuales se tienen que enfocar esfuerzos y recursos para la generación de casos de éxito gestados en la Facultad.

Beneficio esperado: Propiciar la interacción entre alumnos, emprendedores y empresarios, con miras a la generación de una cultura emprendedora, que se debe multiplicar al interior de la comunidad académica de la Facultad.

Factor de Beneficio: Conformación de un grupo de alumnos con alto potencial de la comunidad académica de la Facultad enfocada en la creación y desarrollo de ideas de negocios que sirvan como ejemplo real de los beneficios de la implementación de una cultura emprendedora.

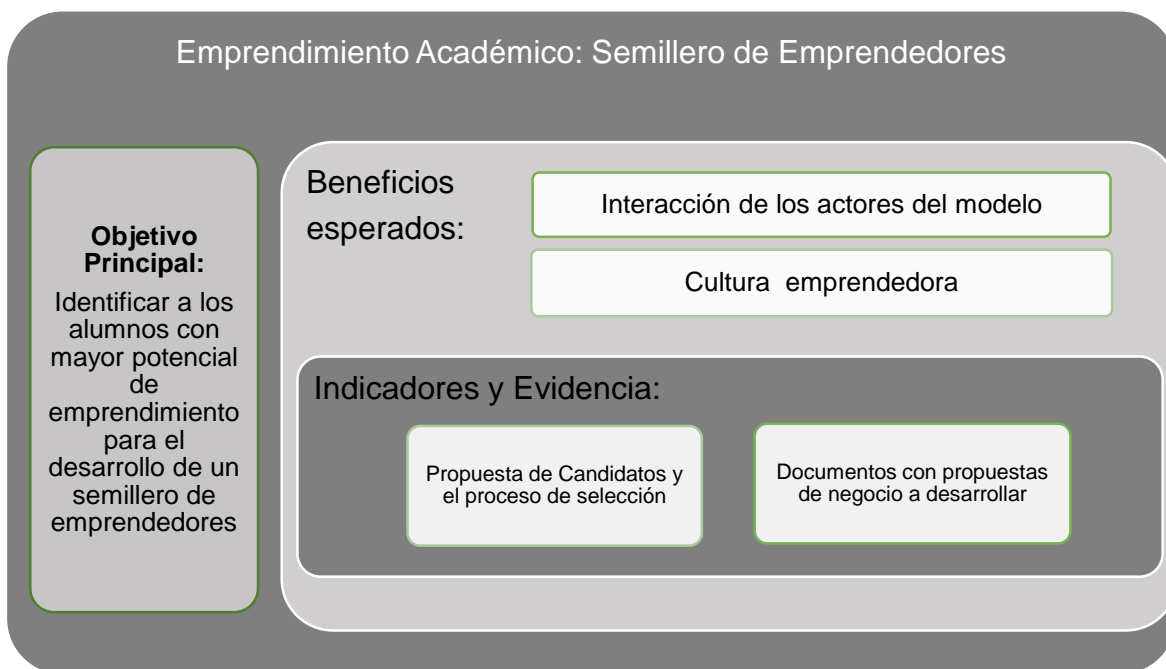
Indicadores sugeridos: Conformación de un grupo de alumnos de mínimo 10 integrantes y máximo 20.

Requerimientos: Propuestas de alumnos candidatos, de cada uno de los académicos involucrados con la materia de Emprendimiento del MUM, para

evaluar las propuestas y perfil con la intención de elegir aquellos con mayor potencial emprendedor.

Entregables: Evidencia de los procesos de selección y documento por alumno seleccionado con la propuesta de negocio a desarrollar.

Tabla 5.2: Emprendimiento académico, semillero de emprendedores



Fuente: Elaboración Propia

El Curso de Sensibilización y la creación del Semillero de Emprendedores debe ser una iniciativa desarrollada y coordinada por la Dirección de la Facultad, dentro del marco de la actividad emprendedora, para el logro del fortalecimiento del espíritu emprendedor de los alumnos.

5.3.3. Investigación y emprendimiento regional

Hoy en día las Universidades tienen la oportunidad de construir una nueva ideología, donde el emprendimiento se convierta en el eje rector de sus planes de estudios, para crear un proyecto capaz de generar riqueza, donde el egresado con perfil emprendedor tenga la capacidad para construir su propia fuente de empleo y proporcionar soluciones a las principales áreas de oportunidad que se detectan en el entorno económico del país.

En este sentido la Misión de la Facultad de Contaduría Pública, enfoca sus esfuerzos en la formación de profesionales competitivos en conocimientos, habilidades, actitudes y valores en Contaduría Pública y con sentido ético, crítico, creativo, humanista y emprendedor. Por otro lado su visión tiene como objetivo ser un programa educativo flexible, acreditado y centrado en el alumno a partir de una planta académica altamente capacitada con actitud crítica y humana, con posgrado, experiencia y certificación profesional y académica del área en que se desempeña, participando en líneas de generación y aplicación de conocimiento claramente definidas y en pleno desarrollo, cultivadas por Cuerpos académicos consolidados.

Los Cuerpos académicos consolidados son entonces una de las principales herramientas para la investigación aplicada y la generación de conocimiento con líneas de investigaciones claramente definidas. Por tal motivo se considera que debe capitalizarse su participación mediante la contribución al Modelo mediante el desarrollo de trabajos de investigación y la coordinación de tesis de posgrado enfocado en la generación de información útil que sirva como base en las primeras fases de desarrollo de un proyecto emprendedor.

Las dos acciones concretas que se proponen para la segunda área estratégica del presente Modelo “Investigación y emprendimiento regional” son las siguientes:

- a) **Acción 1:** Promover líneas de investigación, dentro de los Cuerpos académicos consolidados de la Facultad, enfocados a los temas de emprendimiento y desarrollo económico regional, con el objetivo de generar conocimiento útil y práctico que apoye tanto a emprendedores como a docentes involucrados en actividades de esta índole.

Beneficio esperado: Fomentar la participación de los docentes, a través de los Cuerpos académicos consolidados, en la producción académica de calidad sobre contenidos relacionados con el tema de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Factor de Beneficio: Involucramiento del Cuerpo académico de la Facultad, en los procesos de promoción de la cultura emprendedora y la generación

de productos académicos de calidad relacionados con el tema de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Indicadores sugeridos: Participación al 100% de los docentes y Cuerpo académico de la Facultad en la generación de un producto académico, por cada período cuatrimestral, relacionado con los temas de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Requerimientos: Promoción de un catálogo de temas base sugeridos (Formación, Networking, Financiamiento, Capital de Riesgo, Mega tendencias Sociales y Tecnológicas de la Región y Análisis económicos de la Región), y seguimiento por parte de la Coordinación académica.

Entregables: Evidencia del registro del producto académico a desarrollar por los docentes y Cuerpo académico de la Facultad.

Tabla 5.3: Investigación y emprendimiento regional, cuerpos académicos consolidados



Fuente: Elaboración Propia

b) Acción 2: Promover líneas de investigación enfocadas a los temas de emprendimiento y desarrollo económico regional a través de tesis del área de posgrado de la Facultad, con el objetivo de generar conocimiento útil y

práctico que apoye tanto a emprendedores como a docentes involucrados en actividades de esta índole.

Beneficio esperado: Fomentar la realización de tesis de posgrado (colectivas o individuales) relacionadas con el tema de emprendimiento y desarrollo económico regional.

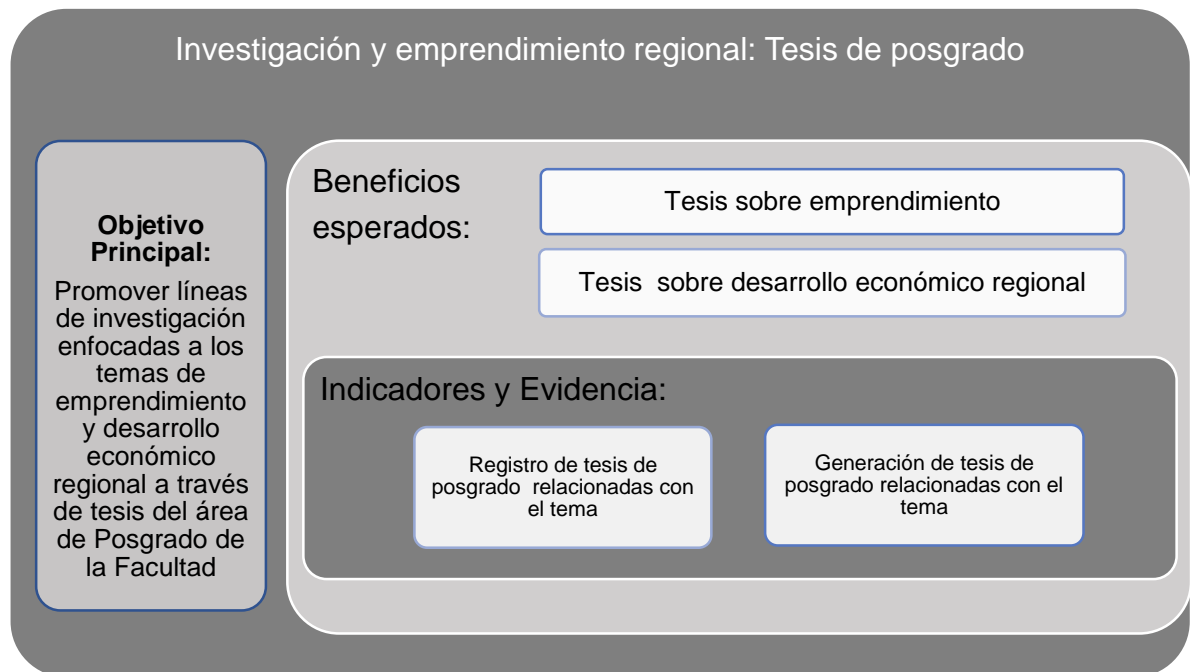
Factor de Beneficio: Involucramiento del área de posgrado de la Facultad, en los procesos de promoción de la cultura emprendedora y la generación de tesis de posgrado relacionadas con el tema de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Indicadores sugeridos: Participación del 15% de las tesis de posgrado registradas en la Facultad relacionadas con los temas de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Requerimientos: Promoción de un catálogo de temas base sugeridos (Formación, Networking, Financiamiento, Capital de Riesgo, Mega tendencias Sociales y Tecnológicas de la Región y Análisis económicos de la Región).

Entregables: Evidencia del registro y elaboración de tesis de posgrado relacionadas con el tema de emprendimiento y desarrollo económico regional.

Tabla 5.4 Investigación y emprendimiento regional, tesis de posgrado



Fuente: Elaboración Propia

El objetivo final de ésta área estratégica es la de apoyar y fortalecer la actividad emprendedora, a través de la generación de conocimiento específico, esto va desde la concepción de una idea de negocio hasta su consolidación, fortalecimiento y mejora continua en todas sus áreas buscando fomentar la cultura emprendedora a través de la generación y transferencia de conocimiento.

5.3.4. Programas y talleres de emprendimiento

Los primeros cursos para el desarrollo del espíritu emprendedor se basaban en una serie de visitas de empresarios exitosos para compartir sus experiencias, éxitos y fracasos, los obstáculos que superaron para el logro de sus objetivos. Sin embargo, estos cursos funcionan muy bien únicamente como lecciones motivacionales, por lo que no brindan herramientas diferentes al conocimiento empírico, con estos cursos no se permite a los alumnos desarrollarse como emprendedores al ciento por ciento.

Las tendencias actuales en la enseñanza del emprendimiento han sido desarrolladas principalmente por Universidades norteamericanas. Estas tendencias consideran la utilización combinada de la teoría y la práctica para la resolución de casos. La relación entre la teoría y la práctica es explicada por William Bygrave

(2006), ex-director del Centro de Emprendimiento de Babson College, este menciona que existen dos formas de echar a perder un curso con emprendimiento:

1. La primera se da al sustentarse totalmente en la aplicación práctica y el análisis de casos (un curso que únicamente tenga aplicaciones prácticas y desarrollo de casos no permite que los estudiantes actúen en base a sus decisiones).
2. Y la segunda forma es hacer un curso totalmente teórico (un curso de pura teoría puede considerarse como un curso pobre, donde solo los estudiantes con mayor potencial intelectual pueden progresar).

Las nuevas tendencias en los programas para fortalecer el emprendimiento implican el uso combinado de la teoría para explicar el éxito o fracaso de un caso (Castillo, 1999).

Haase y Lautenschläger (2010) sugieren que la educación con emprendimiento debería desistir de la enseñanza teórica en la creación de empresas y centrarse en experimentar el espíritu emprendedor. Estos autores contribuyen a la Teoría del Aprendizaje por Experiencia (ELT, Experiential Learning Theory), que es una metodología alternativa establecida y eficaz para vincular la teoría y la práctica.

La ELT es una pedagogía de aprendizaje activo, donde las experiencias se transforman y crean conocimiento implícito como un conjunto de prácticas sociales (Kolb & Kolb, 2005, citados en Lee et al., 2010).

Las acciones propuestas para la tercera área estratégica “Programas y talleres de emprendimiento” se concentran en las tres herramientas propuestas por Castillo (1999), las cuales, de acuerdo con este autor, se han utilizado con éxito en programas de capacitación a emprendedores, éstas son las siguientes:

1. **Plan de negocio.** La dinámica y contenido de algunas materias hacen posible el usar un plan de empresa o plan de negocio como herramienta para enseñar las competencias emprendedoras. Un plan de negocio es un mapa del camino a seguir para la creación efectiva de una empresa, con su

elaboración se aprende a fijar objetivos, detectar y resolver problemas, establecer procedimientos, identificar ventajas competitivas, optimizar y definir la cadena de suministro, se facilita la obtención de recursos y se desarrolla la creatividad y la innovación.

2. **Contacto con la realidad y su interpretación.** El contacto con la realidad es otra herramienta eficaz para desarrollar las competencias emprendedoras, hacer que los alumnos participen en investigaciones o actividades que involucren un trabajo directo dentro de pequeñas empresas hace que el alumno interactúe con emprendedores exitosos, esto se vuelve una experiencia muy satisfactoria para ellos además de que desarrollan las competencias emprendedoras viendo, escuchando y haciendo las actividades.
3. **Análisis de casos.** Los casos de estudio se refieren a analizar situaciones reales o ficticias de condiciones particulares con el objetivo de fortalecer la toma de decisiones con la aplicación práctica de los conocimientos teóricos. Con el análisis de casos se desarrolla la detección de oportunidades y se estimula la discusión creativa.

Las acciones propuestas para cada herramienta son las siguientes:

Herramienta: PLAN DE NEGOCIOS

- a) **Acción 1:** Seminario introducción al plan de negocios.

Perfil del Participante: Para este producto se contemplan 3 tipos de perfiles de participantes:

1. **Semillero de Emprendedores;** considerado como *obligatorio*.
2. **Estudiantes interesados;** considerado como *opcional*.
3. **Profesores interesados;** considerado obligatorio para aquellos con participación activa en el modelo y opcional para el resto de la plantilla.

Objetivo: Transmitir a los participantes las claves para evaluar una idea de negocio, considerando todas las áreas funcionales que influyen en el éxito de la misma.

Temas a desarrollar: Los temas a considerar son los siguientes:

- Modelo de negocio.
- Planeación estratégica y operativa.
- Diseño del producto / servicio.
- Estrategias de mercadotecnia.
- Gestión del recurso humano.
- Sistemas de producción, logística y calidad.
- Evaluación económica de proyectos.
- Administración de proyectos.
- Marcas, patentes y aspectos a considerar.
- Opciones de financiamiento.

Requisitos: Todos los participantes tendrán que iniciar un curso con el planteamiento de una idea de negocio, la cual será desarrollada durante el seminario, ésta deberá ser expuesta y evaluada por el responsable del seminario.

Entregable: Todos los participantes entregarán un proyecto final con el análisis de cada uno de los módulos pertinentes.

Duración: Se sugieren 10 módulos cada uno de 4 horas, en total 40 horas.

Tabla 5.5: Programas y talleres de emprendimiento, seminario de plan de negocios

Programas y Talleres de Emprendimiento: Seminario de Plan de Negocios

Objetivo Principal:

Enseñar a los participantes las claves para evaluar una idea de negocio, considerando todas las áreas clave que influyen en el éxito de la misma regional

Duración:

40 Horas

Módulos:

10 Módulos / 4 Hrs. cada uno

Entregable y Evidencia:

Documento con desarrollo de proyecto final

Registro de asistentes y retroalimentación de cada uno de los módulos

Fuente: Elaboración Propia

a) **Acción 1:** Taller “Análisis de casos de éxito de planes de negocios”

Perfil del Participante: Para este producto se contemplan 3 tipos de perfiles de participantes:

1. **Semillero de Emprendedores;** considerado como *obligatorio*.
2. **Estudiantes interesados;** considerado como *opcional*.
3. **Profesores interesados;** considerado obligatorio para aquellos con participación activa en el modelo y opcional para el resto de la plantilla.

Objetivo: Transmitir a los participantes, a partir de una metodología de casos, los aspectos claves de los planes de negocios que han sido exitosos en áreas de comercio, servicios y manufactura, que les permita identificar los factores de éxito.

Temas a desarrollar: Los temas a considerar son los siguientes:

- Revisión del modelo de negocio.
- Evaluación económica de proyectos.
- Puntos clave a considerar por el giro del negocio*

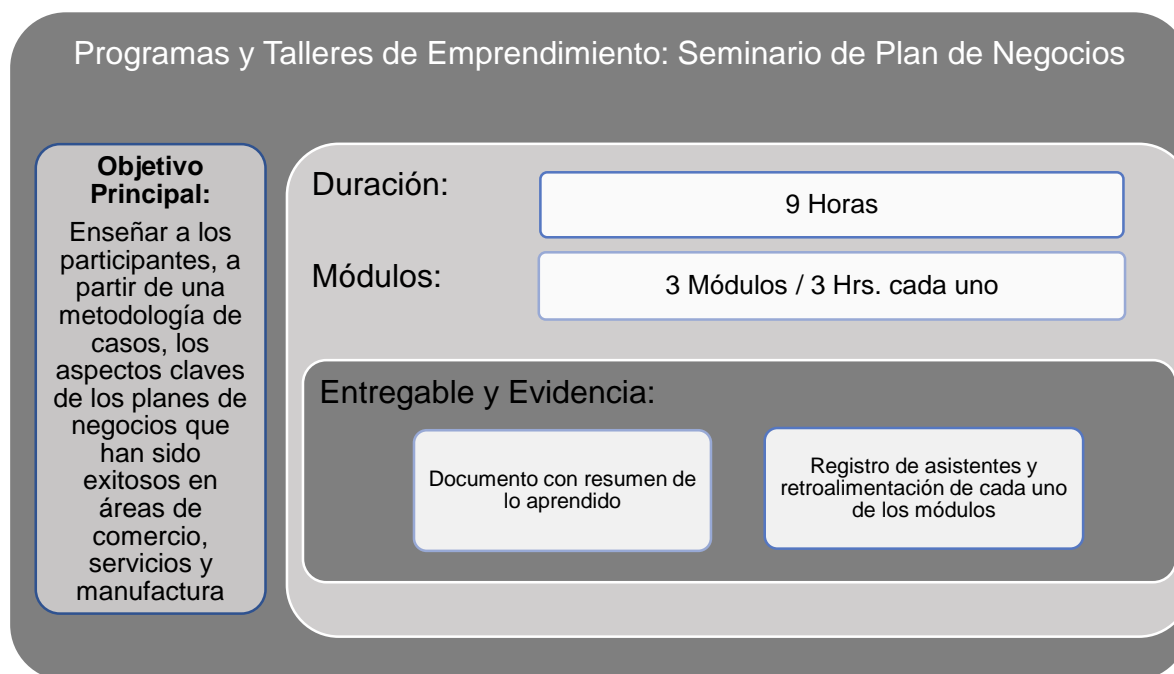
*Estos puntos se revisarán para cada caso a evaluar (uno por cada giro)

Requisitos: Todos los participantes tendrán que contar con conocimientos básicos en la interpretación de estados financieros y fórmulas para la evaluación de proyectos.

Entregable: Todos los participantes entregarán un documento que resume lo aprendido durante el taller.

Duración: Se sugieren 3 módulos cada uno de 3 horas, en total 9 horas.

Tabla 5.6: Programas y talleres de emprendimiento, seminario de plan de negocios



Fuente: Elaboración Propia

Herramienta: CONTACTO CON LA REALIDAD Y SU INTERPRETACIÓN

a) Acción 1: Club de emprendedores.

Perfil del Participante: Para este producto se contemplan únicamente la participación de los alumnos elegidos en el proceso del Semillero de Emprendedores.

Objetivo: Desarrollar competencias emprendedoras a través de la convivencia e interacción con tutores y asesores, mediante sesiones de trabajo con una metodología específica.

Metodología: Las sesiones de trabajo deberán contemplar los siguientes puntos:

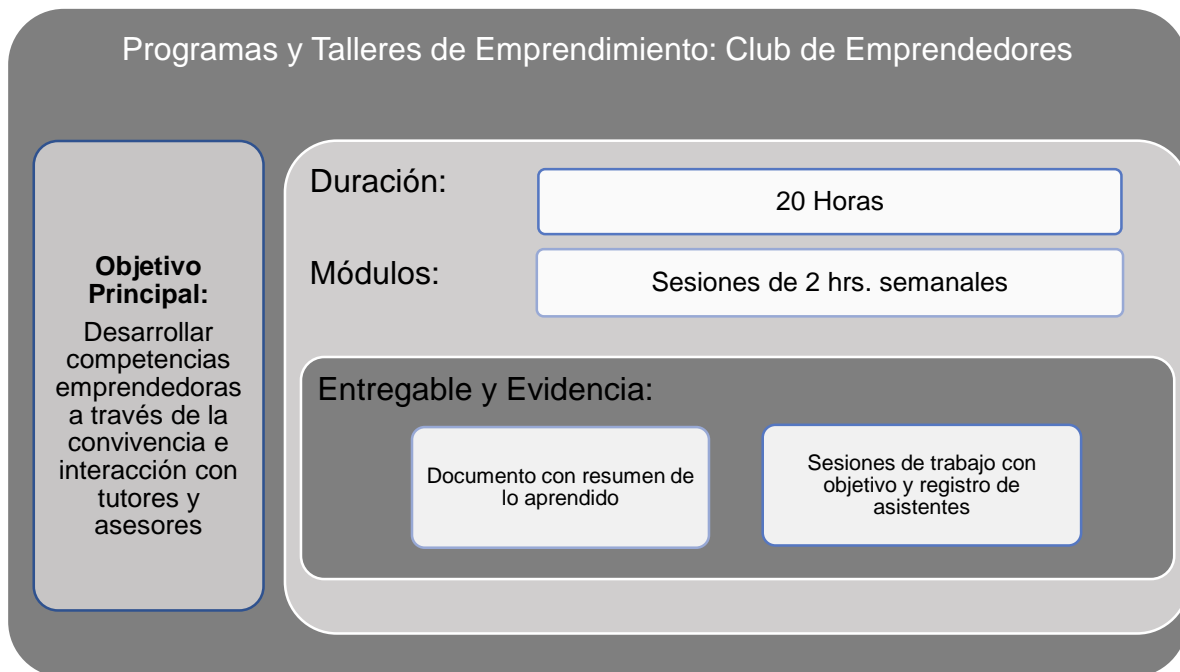
- Promover la socialización y obtención de confianza a través de protocolos y dinámicas de roles.
- Detectar los principales motivadores para emprender tanto intrínsecos como extrínsecos y generar la minería de datos correspondiente que sirva de base para estudios posteriores.
- Realizar un diagnóstico con el resumen de los hallazgos.
- Elegir cualquiera de las siguientes actividades:
 - ✓ Plática con un empresario.
 - ✓ Mesa de trabajo con microempresarios.
 - ✓ Análisis de casos.

Requisitos: Todos los participantes tendrán que formar parte del Semillero de Emprendedores.

Entregable: Evidencia de cada una de las sesiones de trabajo, describiendo la actividad, la competencia a desarrollar, y los registros correspondientes.

Duración: Se sugieren 2 horas semanales, en total 20 horas.

Tabla 5.7: Programas y talleres de emprendimiento, club de emprendedores



Fuente: Elaboración Propia

a) Acción 1: Día del Emprendedor.

Perfil del Participante: Alumnos y profesores, así como público general dentro y fuera de la Facultad.

Objetivo: Promover la cultura emprendedora a través de un evento institucional que reúna ponencias, talleres y pláticas orientadas al tema de emprendimiento y el desarrollo económico regional.

Metodología: Este evento deberá contar con las siguientes actividades sugeridas:

1. **Conferencias;** por parte de ponentes o líderes de opinión.
2. **Talleres;** con 3 temáticas específicas:
 - Como evaluar mi idea de negocio a partir de un modelo de negocio.
 - Mega tendencias económicas en la región de Puebla.
 - Evaluación de proyectos de inversión.

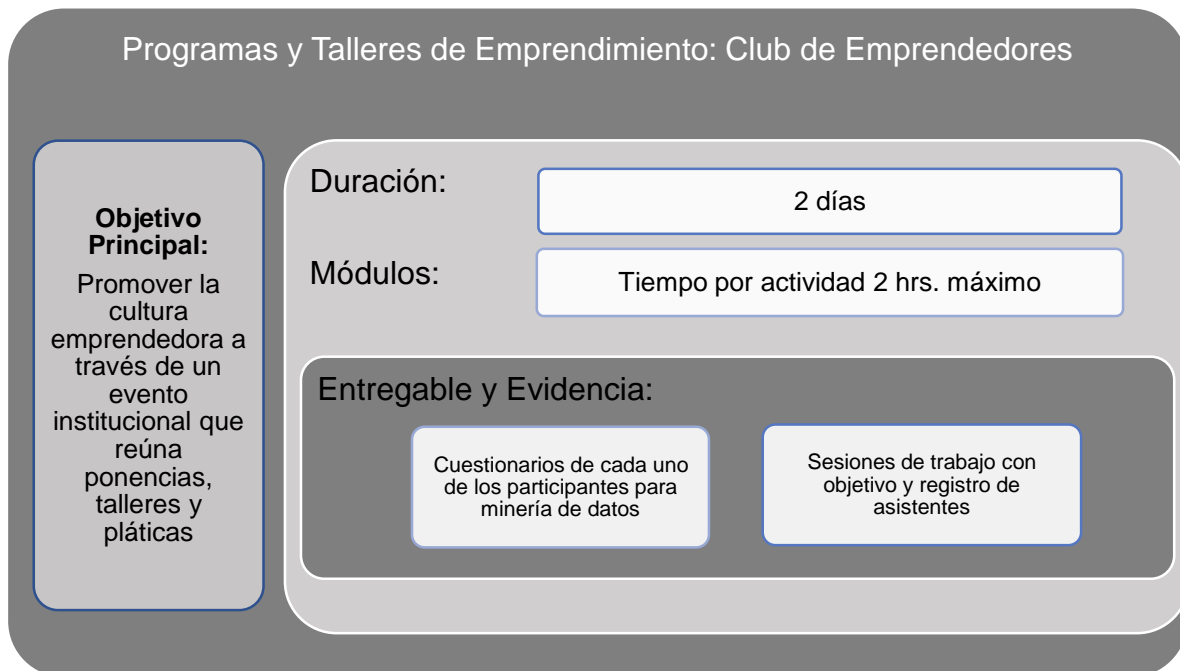
Charlas de negocios; pláticas con empresarios de la región donde se expongan recomendaciones para la puesta en marcha de un negocio.

Requisitos: Todos los participantes tendrán que registrarse para la generación de minería de datos que sirvan para investigaciones o estudios posteriores.

Entregable: Evidencia de cada una de las sesiones de trabajo, describiendo la actividad, la competencia a desarrollar, y los registros correspondientes.

Duración: Se sugieren 2 horas, en total 2 días de actividades.

Tabla 5.8: Programas y talleres de emprendimiento, club de emprendedores



Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Derivado del desarrollo y resultados de la presente investigación, se concluye señalando en primera instancia, el rol preponderante que las Universidades tienen dentro del contexto del desarrollo económico. Por otra parte la generación de conocimientos, el fomento al emprendimiento en los alumnos, y su eventual vinculación con la industria y el apoyo y generación de las condiciones sociales y económicas por parte del Estado, que sin duda alguna tendrá como resultados, mejores oportunidades laborales.

Respecto a las conclusiones sobre los objetivos planteados para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se puede comentar lo siguiente:

1. Detección de las condiciones exógenas que afectan el emprendimiento en los alumnos.

- A. Las condiciones que afectan negativamente a los alumnos para fomentar el emprendimiento, derivadas del instrumento de medición aplicado, son aquellas que integran las siguientes variables: familia, entorno de desarrollo social y económico, recursos técnicos y económicos, competencias y habilidades y la denominada variable conceptual.
- B. Lo plasmado en el inciso anterior, puede ser minimizado en el rol que le corresponde a los siguientes actores; la Facultad, con el apoyo del Modelo propuesto, en relación a las variables competencias y habilidades, y conceptual; eventualmente al gobierno en relación a la variable entorno de desarrollo social y económico, y de manera conjunta a la Facultad y gobierno lo concerniente a la variable recursos técnicos y económicos; finalmente dentro del seno familiar del alumno, debe haber un replanteamiento derivado de la actitud emprendedora que ellos demuestren, que dé como resultado el apoyo incondicional de la familia, para que los alumnos decidan desarrollarse profesionalmente en el ámbito de su formación académica y/o emprender por su cuenta un negocio.

2. Definir el perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora.

- A. Los resultados obtenidos en la presente investigación con la aplicación del instrumento de medición, sumando la bibliografía y estudios de investigación consultados, permite definir el perfil idóneo, que se espera detonar en los alumnos, mediante la transmisión del conocimiento.
- B. La Facultad con los elementos institucionales disponibles y con el apoyo del Modelo propuesto, podrá potenciar la actitud emprendedora, que invariablemente provocará un efecto dominó en los alumnos para fomentar el emprendimiento, y fortalecer las características definidas dentro del perfil emprendedor, que favorezcan y agilicen la generación de ideas de negocio exitosas.

3. Definir la promoción del emprendimiento en los alumnos

- A. Tomando como base dentro de la propuesta académica plasmada en el MUM, las acciones y estrategias para fomentar el emprendimiento, sumado el Programa Emprendedor de la Vicerrectoría de Docencia de la BUAP, el apoyo institucional del CICE con la unidad de gestión instalada en la Facultad de Contaduría Pública e implementando las estrategias y acciones del Modelo propuesto, se tienen todas las herramientas requeridas para una eficaz promoción del emprendimiento en los alumnos.

4. Definir los aspectos más relevantes de la actividad emprendedora de la Facultad de Contaduría Pública

- A. Los estudios realizados por el GEM, proporcionaron una radiografía precisa de lo que acontece en el mundo y en nuestro país en relación a la creación y supervivencia de nuevas empresas y su afectación en las economías, que dejan en claro la necesidad de fortalecer la actividad emprendedora.
- B. Derivado de los elementos institucionales con que cuenta la Facultad, y el apoyo del Modelo propuesto, cabe señalar que los mayores esfuerzos que propicien una mayor actividad emprendedora dentro de la Facultad, es sin duda el involucramiento de los alumnos y Cuerpos académicos con la

finalidad de desarrollar investigación y conocimientos que proporcionarán las habilidades y competencias deseadas en los alumnos para fomentar el emprendimiento y generar ideas de negocio exitosas.

- C. Eventualmente la vinculación entre Facultad y alumnos con la industria y el gobierno, actores fundamentales para el desarrollo económico regional dentro de una “economía basada en el conocimiento”.

La Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, puede perfilarse a ser una “Facultad emprendedora”, ya que cuenta con elementos y recursos institucionales, necesarios para fomentar el emprendimiento en sus alumnos. La propuesta del Modelo, contempla clara y objetivamente tanto las actividades a desarrollar, como los actores directos involucrados para lograr los objetivos planteados en el mismo, apoyados en la actividad emprendedora de la Facultad como gestora de la promoción del emprendimiento, convergiendo tanto la investigación y desarrollo, como la innovación y el cambio tecnológico.

RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta que la limitación planteada en la presente investigación, es únicamente el desarrollar la propuesta del Modelo, la recomendación tendría que ver con su implementación.

La Facultad de Contaduría de la BUAP, con la implementación del Modelo propuesto, contaría con elementos adicionales a los que posee institucionalmente para fortalecer su actividad emprendedora. Al ser una IES, está destinada a generar conocimiento, el cual inevitablemente sumará nuevas estrategias al Modelo, y que a la postre, denotará un cambio significativo en la actitud emprendedora de los alumnos de la Facultad, ya que al estar ellos directamente inmersos dentro del proceso de generación de conocimiento, innovación e ideas, podrán no solamente considerar su desarrollo en el ámbito profesional, también lo podrán vislumbrar en el ámbito empresarial y de negocio, amplificando con esto su potencial desarrollo personal, familiar y regional.

Las futuras investigaciones derivadas de la presente investigación, podrían estructurarse de la siguiente manera:

- a) Mejora continua del Modelo propuesto.
- b) Diseño de estrategias de vinculación de la industria con los alumnos y Cuerpos académicos de la Facultad para generar y compartir conocimiento e innovación, con base tecnológica.
- c) Diseño de estrategias conjuntas de involucramiento entre la Facultad, la industria y el gobierno, para gestar las condiciones idóneas para fomentar el emprendimiento en los alumnos, con objetivos compartidos y enfoque multidisciplinario.

REFERENCIAS

- Aceña, P. M., y Comín, F. (1991), *Historia de la Empresa Pública en España*, Madrid: Escasa Calpe.
- Amit, R., Glosten, L. & Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30(5), 815-834.
- André, R. (2013). An examination of the competitive attitudes of entrepreneurship: implications for entrepreneurial orientation at the individual level. *Journal of Development Entrepreneurship*, 18(2), doi: 10.1142/S1084946713500088.
- Aranzadi, D. (1992). *El arte de ser empresario hoy*. Bilbao: Federación Cooperativas Trabajo Asociado Euzkadi.
- Becker, M. C., Knudsen, T. & Swedberg, R. (2012). Schumpeter Theory of Economic Development: 100 years of development. *Journal of Evolution Economic*, 22, 917-933, doi: 10.1007/s00191-012-0297-x.
- Blenker, P., Korsgaard, S., Neergaard, H., & Trane, C. (2011). The questions we care about: paradigms and progressions in entrepreneurship education. *Industry and higher education*, 25(6), 417-427, doi: 10.5357/ihe.2011.0065.
- Brockhaus, R. H. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brockhaus, R. H. & Horwitz, P. S. (1985). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton & R. L. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, (pp. 35-48), Cambridge, MA: Ballinger Publishing.
- Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of the entrepreneur. In C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (Eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 39-57). Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Cardoso, C. (1978), *Formación y Desarrollo de la Burguesía en México Siglo XIX*, México, Siglo XXI Editores.
- Cardoso, F. S., coord. (1978), *Formación y desarrollo de la burguesía en México, siglo XIX*, México: Siglo XXI.
- Cerruti, Mario (1992), "Comerciantes y generalización del crédito laico en México (1860-1910), Experiencias Regionales", en *Anuario IEHS* (incluido posteriormente en Ludlow y Silva, 1993).
- Cerruti, Mario (1992b), *Burguesía capitales e industria en el norte de México: Monterrey y su ámbito regional, 1850-1910*, México, Alianza Mexicana.
- Cerruti, M. (2000), *Propietarios, Empresarios y Empresa en el Norte de México*, México, Siglo XXI Editores.

- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure: Chapter in the History of the Industrial Enterprise*, Cambridge, Mass.
- Consejo Universitario de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, *Proyecto Fénix* (1994), p. 14.
- Consejo Universitario de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, *Modelo Universitario Minerva*, Documento de Integración (2009), p. 7-45.
- Díaz, C. (2002). *La Creación de Empresas: Revista Histórica de Teorías y Escuelas*. Trujillo: Ediciones La Coria. Fundación Xavier de Salas.
- Douglas, E. J. (1999). *Entrepreneurship as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization*. Wellesley, MA: Frontiers Babson College.
- Duval-Couetil, N. (2013). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 394-409.
- Etzkowitz, H. (1998). *The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university-industry linkages*. *Research Policy*, 27(8), 823-833.
- Etzkowitz, H. (2003). Innovation in innovation: the triple helix of university-industry-government relations. *Social Science Information*, 42(3), 293-337.
- Etzkowitz, H., & Leidesdorff, L. (1997). *Universities and the Global Economy: A Triple Hélix of University-Industry-Government Relations*, London: Cassell Academic.
- Etzkowitz, H., & Leidesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: *from national systems and mode 2 to a triple helix of university-industry-government relations*. *Research Policy*, 29(29), 109-123.
- Frazier, B. J. & Niehm, L. S. (2006). Predicting the entrepreneurial intentions of non-business majors: a preliminary investigation. Paper presented at the USASBE/SBI Conference, Tucson, AZ, January 14-17.
- Friedman, J., & Silberman, J. (2003). University technology transfer: do incentives, management, and location Matter? *Journal of Technology Transfer*, 28, 17-30.
- García, J. L. (1994), *Historia económica de la empresa moderna*, Madrid: Ediciones Istmo.
- Global Entrepreneurship Monitor, Informe Ejecutivo GEM México, 2013.
- Gray, D. A. y Cyr, D. G. (1993). *Cómo evaluar su potencial emprendedor: una guía para pequeñas y medianas empresas*. Barcelona: Cuadernos Gránica.

- Guerrero, M., Kirby, D., y Urbano, D. (2006). *A literature review of entrepreneurial universities: an institutional approach*. Presented at the 3rd Conference of Precommunications to Congresses. Business Economic Department, Autonomous University of Barcelona. Barcelona.
- Guzmán, J. J., Santos, F. J., y Cáceres, F. R. (1995). La Influencia de la Educación en el Potencial Empresarial: Aplicación al Caso de la Formación Profesional. *IX Reunión Asepelt España*, (2), 415-416.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Quinta edición, México, McGraw Hill.
- Ibáñez, M. A. (2002). *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: medición y propuestas de actuación*. España: Ediciones MENSAJERO.
- Kozlinska, I. (2011). Contemporary approaches to entrepreneurship education. *Journal of Business Management*, 4(1), 205-220.
- Kuratko, D. (2004). Entrepreneurship Education in the 21 century. *From legitimitation to leadership*. National Conference.
- Lans, T., Hulsink, W., Baert, H. & Mulder, M. (2008). Entrepreneurship education and training in a small business context: insights from the competence-based approach. *Journal of Enterprising Culture*, 16(4), 363-383.
- Low, M. B. & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Marina, J. A. (2010). *La competencia de emprender*, Revista de Educación, No. 351, pp. 49-71.
- Mateu, J. M. (1997). *Motivación y personalidad del emprendedor*. Bilbao, Ediciones Deusto.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: the Free Press.
- McClelland, D. C. (1968). *La sociedad ambiciosa*, Madrid, Ediciones Gadarrama.
- Mitra, J. & Matlay, H. (2004). Entrepreneurial and vocational education and training: lessons from eastern and central Europe. *Industry and Higher Education*, 18(1), 53-69.
- Nueno, P. (1997). Crear una empresa cambia a una persona, *Nueva Empresa*, (417), 12-16.
- OCDE (2004). Resumen Innovación en la Economía del Conocimiento: *Implicaciones para la Educación y los Sistemas de Aprendizaje*.
- Pozas, H. R., y Luna, M. (1991), *Las empresas y los empresarios en el México contemporáneo*, México: Grijalbo.

- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 15(4), 13-31.
- Rodríguez, A., y Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia: Revisión de la literatura. *Innovar*, 15(6), 73-89.
- Rodríguez, C. (1999). *La lógica originaria del emprendedor*. Documento de integración No. 382, Barcelona: IESE.
- Rothaermael, F. T. (2007). *Industrial and Corporate Change*, Volume 16, Número 4, pp. 691-791, doi: 10.1093/icc/dtm023.
- Salazar, D. M. (2007). *Plan de Negocios para Emprendedores al Éxito*, México, McGraw-Hill Interamericana.
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A. & Breiteneker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions of students entrepreneurial intent: An Australian perspective. *Education + Training*, 15(4), 272-291. doi: 10.1108/00400910910964566.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Oxford University Press, New York.
- Shane, S. & Vekataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field for research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L., Sexton, & K. H. Vesper (Eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 72-90), Englewood Cliffs, NJ; Prentice-Hall.
- Sial, M. S. & Chundry, A. (2011). What factors are responsible for low inclination towards entrepreneurship in the business students of Islamabad? *The Journal of Commerce*, 3(4), 24-31.
- Spatig, L. (2008). Understanding Schumpeter's Theory of Economic Development through Causal Loop Diagrams: A Systems Perspective of Entrepreneurship. *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association*.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Valdaliso, J. M., y López, S. (2000). *Historia económica de la empresa*, Barcelona: Crítica, Colección "Nuevos instrumentos universitarios".
- Valdaliso, J. M., y López, S. (2003). *Historia empresarial. Pasado, presente y retos del futuro*, Barcelona, Ariel.

- Veciana, J. M. (1999). Entrepreneurship as a scientific research programme. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, No. 3, pp. 11-36.
- Vesper, K. H. (1980). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Vesper, K. H. (1982). Expanding entrepreneurship research. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Vesper, K. H. (1983). *Entrepreneurship and national policy*. Pittsburgh, PA: Carnegie-Mellon University.
- Vicerrectoría de Docencia de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, *Programa Emprendedor, Curso de Sensibilización* (2007).

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

APS	Encuesta a Población Adulta
BUAP	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
CICE	Centro de Innovación y Competitividad Empresarial
ELT	Teoría del Aprendizaje por Experiencia
FGU	Formación General Universitaria
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
I+D	Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico
IES	Instituciones de Educación Superior
ISEED	International Symposium of Entrepreneurship and Enterprise Development
ITESM	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MUM	Modelo Universitario Minerva
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
Spin Off	Modelo de gestión basado en la independencia de un área de negocio transformándose en un negocio en sí mismo. El desarrollo de una nueva empresa surge de un área de negocio que produce cambios significativos en sus recursos humanos.
RAE	Real Academia Española
TEA	Tasa de Actividad Emprendedora
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
UDLAP	Universidad de las Américas Puebla
UPAEP	Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario para los alumnos de Licenciatura de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Nombre: _____ Edad: _____ años Grado: _____ Género: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>							
Familia							
1	Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad						
2	Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa						
3	Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar						
4	Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estás estudiando						
5	Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio						
1	Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio						
2	Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica						
3	Estas dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta						
4	Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta						
5	Tienes alguna idea de negocio que consideres viable de realizarse						
1	Tu iniciativa para emprender un negocio es alta						
2	Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender						
3	El género es impedimento para emprender un negocio						
4	Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio						
5	Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer						
Género							

		Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Recursos técnicos y económicos	1	Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio			
	2	El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil			
	3	Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio			
	4	Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio			
	5	El no contar con recursos técnicos y económicos propios, desmotiva mi intención de emprender			
Competencias y habilidades	1	Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender			
	2	Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras			
	3	Existen estrategias claras de la Facultad, para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras			
	4	Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad, complementan las competencias y habilidades para emprender			
	5	Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras			

Conceptual

	Explica el término emprendedor:
1	
2	¿Qué significa para ti la actitud emprendedora?
3	¿Qué entiendes por actividades emprendedoras?
4	¿Qué es una idea de negocio?
5	¿Qué es un plan de negocio?
6	¿Qué opinión tienes sobre la forma actual que la Facultad tiene para motivar en los alumnos el emprendimiento?
7	¿Cómo sugieres que debe realizarse la promoción del emprendimiento por parte de la Facultad hacia los alumnos?

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO II

Figura 2.1 Factores exógenos del individuo que afectan el emprendimiento.....	41
Figura 2.2 Relación de variables exógenas del individuo para el emprendimiento	43

CAPÍTULO IV

Figura 4.1 Variable <u>conceptual</u>	115
Figura 4.2 Perfil emprendedor de los alumnos asociado a la actitud emprendedora	121
Figura 4.3 Emprendedurismo universitario	123
Figura 4.4 Estructura curricular MUM	125

CAPÍTULO V

Figura 5.1 Esquema del Modelo estratégico propuesto	155
Figura 5.2 Esquema de trabajo del Modelo propuesto	157

ÍNDICE DE TABLAS

CAPÍTULO III

Tabla 3.1 Variable <u>familia</u>	46
Tabla 3.2 Variable <u>edad</u>	47
Tabla 3.3 Variable <u>género</u>	47
Tabla 3.4 Variable <u>institución educativa</u>	47
Tabla 3.5 Variable <u>antecedentes emprendedores familiares</u>	48
Tabla 3.6 Variable <u>entorno de desarrollo social y económico</u>	48
Tabla 3.7 Variable <u>experiencia laboral previa</u>	48
Tabla 3.8 Variable <u>recursos técnicos y económicos</u>	49
Tabla 3.9 Variable <u>competencias y habilidades</u>	49
Tabla 3.10 Variable <u>conceptual</u>	50

CAPÍTULO IV

Tabla 4.1 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo)	54
Tabla 4.2 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa)	56
Tabla 4.3 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar)	57
Tabla 4.4 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando)	58
Tabla 4.5 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio)	59
Tabla 4.6 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Validación de resultados)	60
Tabla 4.7 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio)	62

Tabla 4.8 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica)	63
Tabla 4.9 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Estás dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta)	64
Tabla 4.10 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta)	65
Tabla 4.11 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse)	66
Tabla 4.12 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Validación de resultados)	66
Tabla 4.13 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (Tu iniciativa para emprender un negocio es alta)	67
Tabla 4.14 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender)	68
Tabla 4.15 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (El género es impedimento para emprender un negocio)	69
Tabla 4.16 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio)	70
Tabla 4.17 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer)	71
Tabla 4.18 Tabla de contingencia variable <u>género</u> (Validación de resultados)	72
Tabla 4.19 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento)	73
Tabla 4.20 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivarte a emprender)	74

Tabla 4.21 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento en la Facultad son de fácil acceso)	75
Tabla 4.22 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Eres motivado a emprender por parte de tus profesores)	77
Tabla 4.23 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento)	78
Tabla 4.24 Tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Validación de resultados)	78
Tabla 4.25 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (En tu familia hay emprendedores exitosos)	80
Tabla 4.26 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso)	81
Tabla 4.27 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo)	82
Tabla 4.28 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Sientes presión de poner un negocio como lo hizo algún familiar)	83
Tabla 4.29 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares)	85
Tabla 4.30 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Validación de resultados)	85
Tabla 4.31 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores)	86
Tabla 4.32 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores)	88

Tabla 4.33 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Existe un clima de seguridad idóneo para ser emprendedores)	89
Tabla 4.34 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos)	90
Tabla 4.35 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento)	91
Tabla 4.36 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Validación de resultados)	92
Tabla 4.37 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador)	93
Tabla 4.38 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio)	94
Tabla 4.39 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor)	95
Tabla 4.40 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta)	97
Tabla 4.41 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio)	98
Tabla 4.42 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Validación de resultados)	98
Tabla 4.43 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio)	99
Tabla 4.44 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil)	100

Tabla 4.45 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio)	102
Tabla 4.46 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio)	103
Tabla 4.47 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (El no contar con recursos técnicos y económicos propios desmotiva mi intención de emprender)	104
Tabla 4.48 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Validación de resultados)	105
Tabla 4.49 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender)	107
Tabla 4.50 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras)	108
Tabla 4.51 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Existen estrategias claras de la Facultad para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras)	110
Tabla 4.52 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad complementan las competencias y habilidades para emprender)	111
Tabla 4.53 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras)	112
Tabla 4.54 Tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Validación de resultados).....	113
Tabla 4.55 Variable conceptual.....	115
Tabla 4.56 Actitudes emprendedoras de los alumnos.....	119

Tabla 4.57 Fases de la actividad emprendedora en los países participantes en el GEM 2013 por nivel de desarrollo económico	129
Tabla 4.58 Impresiones sociales del ambiente emprendedor porcentaje de la población adulta México 2010-2013	133
Tabla 4.59 Actitudes y percepciones, porcentaje de la población adulta, México 2010-2013	134
Tabla 4.60 Tasas de emprendimiento de acuerdo a la etapa de la actividad emprendedora, México 2010-2013	135
Tabla 4.61 Razones para dejar de operar un negocio propio, México 2011-2013	137
Tabla 4.62 Tasas de emprendimiento por oportunidad y necesidad, México 2010-2013	138
Tabla 4.63 Tasas de emprendimiento por grupo de edad, México 2010-2013	139
Tabla 4.64 Tasas de emprendimiento según nivel de ingreso, México 2011-2013	139
Tabla 4.65 Tasas de emprendimiento según nivel educativo, México 2011-2013	140
Tabla 4.66 Tasas de emprendimiento según condición de actividad, México 2011-2013	141

CAPÍTULO V

Tabla 5.1 Emprendimiento académico curso de sensibilización	159
Tabla 5.2 Emprendimiento académico, semillero de emprendedores	160
Tabla 5.3 Investigación y emprendimiento regional, cuerpos académicos consolidados	163
Tabla 5.4 Investigación y emprendimiento regional, tesis de posgrado	164
Tabla 5.5. Programas y talleres de emprendimiento, seminario de plan de negocios	168
Tabla 5.6 Programas y talleres de emprendimiento, seminario de plan de negocios	169

Tabla 5.7 Programas y talleres de emprendimiento, club de emprendedores	171
Tabla 5.8 Programas y talleres de emprendimiento, club de emprendedores.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO IV

Gráfico 4.1 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares te aconsejan buscar un buen empleo en una empresa para cuando egreses de la facultad)	54
Gráfico 4.2 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares te ofrecen opciones de trabajo distintas a la búsqueda de un empleo en una empresa)	55
Gráfico 4.3 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares te apoyan para iniciar un negocio como opción laboral al egresar)	56
Gráfica 4.4 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares están de acuerdo que no es necesario que trabajes en lo que estas estudiando)	57
Gráfica 4.5 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>familia</u> (Tus familiares ven mejores opciones de trabajo para ti si emprendes un negocio)	59
Gráfica 4.6 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Sientes interés en crear por tu cuenta un negocio)	60
Gráfica 4.7 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Tienes incertidumbre para emprender algo distinto a tu formación académica)	61
Gráfica 4.8 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Estás dispuesto a asumir riesgos para emprender un negocio por tu cuenta)	62
Gráfica 4.9 Resultado de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Te sientes capaz de emprender un negocio por tu cuenta).....	63
Gráfica 4.10 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>edad</u> (Tienes alguna idea de negocio que consideras viable de realizarse)	64
Gráfica 4.11 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> (Tu iniciativa para emprender un negocio es alta)	65

Gráfica 4.12 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> (Existen diferencias en cuanto a género para crear ideas de negocio y emprender)	67
Gráfica 4.13 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> (El género es impedimento para emprender un negocio)	68
Gráfica 4.14 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> (Consideras que ser hombre o mujer tiene ventajas para emprender un negocio)	69
Gráfica 4.15 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> (Existe discriminación de género en quienes emprenden un negocio por ser hombre o mujer)	70
Gráfica 4.16 Resultados de la tabla de contingencia variable <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Tienes acceso a la información que la Facultad ofrece sobre temas de emprendimiento)	72
Gráfica 4.17 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Las materias que tratan sobre temas de emprendimiento son suficientes para incentivar te a emprender)	74
Gráfica 4.18 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Los canales de comunicación y promoción sobre temas de emprendimiento en la Facultad son de fácil acceso)	75
Gráfica 4.19 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Eres motivado a emprender por parte de tus profesores)	76
Gráfica 4.20 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> e <u>institución educativa</u> (Son importantes para tu formación profesional las materias sobre temas de emprendimiento)	77
Gráfica 4.21 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (En tu familia hay emprendedores exitosos)	79
Gráfica 4.22 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Algún familiar es propietario de algún negocio exitoso)	81

Gráfica 4.23 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Te motiva emprender un negocio solo por el hecho de que algún familiar lo hizo)	82
Gráfica 4.24 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> Sientes presión de poner un negocio como lo hizo algún familiar)	83
Gráfica 4.25 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>antecedentes emprendedores familiares</u> (Es mejor seguir la tradición familiar de empresario para satisfacer las expectativas familiares)	84
Gráfica 4.26 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (En México tenemos las condiciones ideales para ser emprendedores)	86
Gráfica 4.27 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Contamos con todo el apoyo de nuestras autoridades para ser emprendedores)	87
Gráfica 4.28 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Existe un clima de seguridad idóneo para ser emprendedores)	88
Gráfica 4.29 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (El poder adquisitivo de la población es próspero para la demanda de bienes y servicios y en consecuencia ser emprendedores para satisfacerlos)	89
Gráfica 4.30 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>entorno de desarrollo social y económico</u> (Puebla es una ciudad próspera para el emprendimiento)	91
Gráfica 4.31 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Me siento inspirado para emprender un negocio al ver el éxito ganado por mi empleador)	92

Gráfica 4.32 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Los lugares donde he laborado me hacen sentir que es posible emprender un negocio)	94
Gráfica 4.33 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (El ser empleado me permite ver la conveniencia de ser emprendedor)	95
Gráfica 4.34 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Me siento confortable con ser un empleado en lugar de emprender algo por mi cuenta)	96
Gráfica 4.35 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>experiencia laboral previa</u> (Es más seguro ser un empleado que emprender un negocio)	97
Gráfica 4.36 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Cuento con recursos y tecnología suficiente para emprender un negocio)	99
Gráfica 4.37 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (El acceso a recursos económicos para emprender un negocio es fácil)	100
Gráfica 4.38 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Mis conocimientos técnicos son suficientes para emprender un negocio)	101
Gráfica 4.39 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (Mis recursos técnicos y económicos no son condicionante para emprender un negocio)	102
Gráfica 4.40 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>recursos técnicos y económicos</u> (El no contar con recursos técnicos y económicos propios desmotiva mi intención de emprender)	104
Gráfica 4.41 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Las materias en temas de emprendimiento generan las competencias y habilidades necesarias para emprender)	106

Gráfica 4.42 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Es necesario contar con alternativas que nos transmitan mayores competencias y habilidades emprendedoras)	108
Gráfica 4.43 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Existen estrategias claras de la Facultad para que los alumnos adquieran competencias y habilidades emprendedoras)	109
Gráfica 4.44 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Las actividades emprendedoras planificadas por la Facultad complementan las competencias y habilidades para emprender)	110
Gráfica 4.45 Resultados de la tabla de contingencia variables <u>género</u> y <u>competencias y habilidades</u> (Contamos con suficiente apoyo académico de la Facultad con tutorías, cursos, seminarios, etc., para potenciar competencias y habilidades emprendedoras)	112