

UNIVERSIDAD DE SONORA
UNIVERSIDAD REGIONAL CENTRO
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

PONENCIA

***ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LOS PROGRAMAS DE
EMPREDIMIENTO INSTITUCIONALES EN LOS EGRESADOS DE
LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE
SONORA***

M.A. Ciro Moisés Romo Puebla

Correo: cromo@eca.uson.mx;

M.A. Víctor Manuel Delgado Moreno.

Correo: vdelgadam@eca.uson.mx

M.A. Arturo Alejandro Meza Sánchez Laurel.

Correo: ameza@pitic.uson.mx

PALABRAS CLAVE

Emprendedor, Negocio, Iniciativa.

ÁREA TEMÁTICA Y MESA

Desarrollo integral de los alumnos

RESUMEN

La formación de emprendedores en las Instituciones de Educación Superior se reflejan significativamente en Programas Educativos en las áreas Económicas y Administrativas, debido a que son áreas en las cuales de manera natural se desarrollan los conocimientos necesarios para poder incursionar en las actividades productivas.

En los diferentes Programas de Estudio de la División de Ciencias Económicas y Administrativas (DCEA) de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, se encuentran incluidas materias que fomentan el desarrollo emprendedor, pero en caso de nuestra Institución, las actividades de elaboración de un Plan de Negocios y los diferentes niveles de incubación que se requieren para consolidar una empresa se encuentran dentro de un programa de emprendimiento que está disponible para todas las Divisiones de la Unidad Regional Centro, y por consiguiente para todos los Programas de Estudio que incluyen.

Los apoyos que ofrecen estas dependencias a pesar de estar disponibles para todos los estudiantes de nuestra institución, no son plenamente conocidos. La mayoría llegan siguiendo un proceso que inicia con la participación en una Feria de la creatividad, donde se eligen los mejores Planes de Negocios de acuerdo a determinadas categorías que tratan de incluir a todos los programas de estudio. Pero no es exclusivo de quienes participan en esta feria el poder conseguir los apoyos institucionales para elaborar su Plan de Negocios y posteriormente incubar su empresa, por lo que esta opción queda nuevamente abierta a todos. En este trabajo probamos que a pesar de que los estudiantes de Programas de Estudios de la DCEA tienen formaciones similares y la misma oportunidad de recibir los beneficios del Programa de Emprendimiento, no es así.

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
Delimitación espacial	6
Delimitación conceptual	6
MARCO REFERENCIAL	6
Perspectivas del emprendimiento	7
MARCO TEÓRICO	8
Cronología y concepto de emprendedor	8
Concepto de los programas de desarrollo de emprendedores (programas de emprendimiento)	9
Líneas en los modelos en la formación de emprendedores	9
Principales teorías sobre los modelos de los programas de emprendimiento	10
Modelo teórico conceptual propuesto	11
Marco conceptual de las habilidades emprendedoras	11
Principales teorías sobre el desarrollo de las actividades emprendedoras	12
HIPÓTESIS	13
METODOLOGÍA	13
Marco metodológico	13
Tamaño de muestra	13
RESULTADOS	15
Estudiantes que trabajan por licenciatura	15
Interés por crear su propio negocio	16
Relación de estudiantes que trabajan y desean un negocio propio	17
Licenciatura y tipo de negocio que desean	18
¿Conocen el procedimiento para crear negocios?	19
Importancia del plan de negocios	20
Pruebas de hipótesis	20
CONCLUSIONES	22
REFERENCIAS	23

INTRODUCCIÓN

Actualmente se vive una preocupación importante por las diversas instituciones y agentes sociales implicados en los procesos de creación de empresas y por las propias Universidades, que se plasman en programas de promoción a la creación de empresas a todos los niveles.

Dado que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema.

Pero la universidad es cada vez más consciente de que puede adoptar un papel muy activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su actuación no debe limitarse solamente a la formación académica. Así, entre los nuevos objetivos de la educación superior debe estar el desarrollo de capacidades, adquiriendo competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a emprender.

Durante los últimos años, algunos investigadores han desarrollado una serie de estudios relacionados con la creación de empresas, en los que mencionan el nivel educativo como un elemento que distingue a los emprendedores de éxito, tratando de obtener evidencia acerca de que los individuos que reciben mayor nivel de educación formal, son más proclives a crear una empresa con grandes posibilidades de progreso y supervivencia.

El mismo o mayor debate existe acerca de la influencia que la formación tiene sobre la actitud de la persona hacia la creación de su propia empresa como alternativa laboral al trabajo por cuenta ajena, sin que tampoco existan resultados definitivos.

Por ello, el presente trabajo tiene carácter exploratorio, con el objetivo de conocer el comportamiento emprendedor hacia la creación de empresas a través de la formación que están recibiendo los estudiantes universitarios. No se ha trabajado con la población en general donde la medición del nivel educativo puede presentar mayor heterogeneidad, sino que considerando un proceso formativo homogéneo, como son las titulaciones de una Universidad en las que se imparten materias más relacionadas con la creación de empresas, se trata de analizar cómo la actitud de los estudiantes evoluciona a medida que ellos avanzan en el desarrollo de su ciclo formativo.

Para tal fin, en el apartado siguiente, se analizarán los antecedentes teóricos y empíricos acerca de la formación y la actitud emprendedora de estudiantes, para a partir de ellos formular las hipótesis del trabajo.

Posteriormente se presenta el diseño de la investigación, la muestra empleada, la forma de recogida de información y la medición de las variables del estudio.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos, para posteriormente analizar los mismos presentando las conclusiones y limitaciones del trabajo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día las Instituciones de Educación Superior (IES) ofrecen programas para el desarrollo de emprendedores, a pesar de estas herramientas, existen diversos factores que intervienen en el desarrollo de emprendedores, entre los cuales se mencionan los factores: sociales, demográficos, psicológicos, de experiencia y de formación.

Es por esto que aunque las IES ofrezcan estas herramientas se tienen que analizar la efectividad en el desarrollo de las habilidades emprendedoras de los jóvenes universitarios, ya que los índices de emprendimiento de México no es tan alto como en otros países, con este análisis se pretende obtener las características de éxito de los programas más eficientes en el desarrollo de habilidades emprendedoras.

Es pertinente analizar la efectividad del modelo curricular en el desarrollo del perfil emprendedor de los egresados, entendiendo su problematización, permitirá determinar los factores requeridos para el desarrollo de habilidades emprendedoras de estos jóvenes, tendiendo así las bases para el desarrollo o implementación de metodologías más eficaces.

En este punto se considera que los resultados de la investigación pueden apoyar de manera importante, no solamente el ámbito académico, también al entorno económico considerando que un eficaz desarrollo de habilidades emprendedoras de los jóvenes repercuten en un mejor desarrollo económico del entorno actual.

La efectividad en el desarrollo de las prácticas emprendedoras de los jóvenes en base a los programas de emprendimiento de las universidades públicas comparar el número de empresas creadas por egresados de las Licenciatura en la División de Ciencias Económicas y Administrativas, de la Universidad de Sonora, mediante la comparación con el número de egresados que trabajen en puestos directivos o gerenciales.

Además de lo anterior para Herrera Echeverri, (2009) es necesario indagar si existe alguna relación entre las características personales del *entrepreneur*, tales como la edad, la experiencia, la educación, la posición social u otras con el tipo con emprendimiento.

México y el Estado de Sonora no es la excepción, en la actualidad en esta entidad existen casos de éxito de emprendimiento, sin embargo, es necesario darles seguimiento y analizar las contribuciones alcanzadas por los egresados.

Delimitación espacial

La presente investigación está Limitada a los egresados de las Licenciaturas de La División de Ciencias Económicas y Administrativas (DCEA) de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro.

Delimitación conceptual

De acuerdo con el planteamiento del problema se establecen las siguientes preguntas de investigación:

- ¿El modelo curricular de las Licenciaturas de la DCEA de la Universidad de Sonora, contribuyó en el desarrollo de los egresados que favorezca el espíritu emprendedor?
- ¿El modelo curricular de las Licenciaturas de la DCEA de la Universidad de Sonora, cuentan con estructuras organizacionales pertinentes que favorezcan el desarrollo de profesionistas emprendedores?
- ¿Qué porcentaje de sus egresados de los últimos cinco años, tienen una empresa propia?
- ¿La Universidad de Sonora cuenta con área de seguimiento de egresados que permita mantener relación estrecha con ellos?

MARCO REFERENCIAL

El emprendimiento es un tema de actualidad, cada vez más personas quieren tener una empresa social, participar en una, o al menos fomentar este tipo de proyectos. El término de emprendimiento social se adopta fuertemente en el siglo XXI, para designar formas de organización novedosas que resuelven problemas sociales. Ante la incapacidad

gubernamental y la falta de recursos del tercer sector para resolver problemas sociales específicos de cada comunidad, surge el emprendimiento social como la esperanza de un modelo de empresa más humano y sustentable.

En un sentido amplio, se puede designar como emprendimiento cualquier acción, iniciativa o movimiento dentro de la esfera socioeconómica, de origen privado y orientado a favor del interés general y del bien común o que beneficie a una población. (Fournier, 2011)

El término emprendimiento viene del francés *entrepreneur*, que significa iniciar algo o estar listo para tomar decisiones. El uso del término data desde el siglo XVII. El concepto ha sido estudiado desde varias perspectivas y modelos reconociendo su complejidad y variedad en el análisis.

Perspectivas del emprendimiento

- **Comportamental o de Comportamiento:** Su propósito es identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso, considerando al emprendimiento como un evento contextual
- **Psicológica o Cognitiva:** Tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla en su comportamiento, genera dos corrientes cognitivas:
 - a) Eso que es el emprendedor
 - b) Eso que hace el emprendedor
- **De procesos:** Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas.
- **Económica:** Comprensión del fenómeno del emprendimiento desde las acciones del individuo asumiendo la calificación de "*homo economicus*" para justificar la maximización de la utilidad y por ende su bienestar.

El término de emprendedor como individuo se asocia con el de emprendedor empresarial, la diferencia la determinan sus formas de actual, ambos tienen creatividad, iniciativa e ideas innovadoras, los emprendedores empresariales buscando la retribución económica y los sociales generar cambios para la transformación y progreso de la sociedad.

Los emprendedores en forma básica como una organización social surgieron desde los años 20's, Sin embargo, el emprendimiento moderno como modelo organizativo tiene dos fuentes históricas más recientes, ambas en los años 90's.

- 1) El primero como medio de apoyo y capacitación a emprendedores, el programa de investigación y enseñanza promovido por la Harvard Business School: “*Social Enterprise Initiative*”; que sirvió de ejemplo para muchas universidades y programas sociales.
- 2) En Europa emerge el concepto como tal, dentro de la Economía Social en Italia al crear las “cooperativas sociales” en respuesta a las necesidades insatisfechas por el gobierno.

MARCO TEÓRICO

Es importante conocer los conceptos y las principales teorías en torno a los programas de desarrollo del perfil emprendedor, por lo que se presenta a continuación primeramente el concepto de emprendedor, el desarrollo del uso de este término a través de la historia, para continuar presentando el desarrollo o evolución de los programas educativos sobre emprendimiento, así como las principales líneas de los programas de emprendimiento:

Cronología y concepto de emprendedor

La palabra emprendedor proviene de la raíz en latín *prendere*, que significa coger. Para diversos autores, entre ellos, Martínez (2008), la palabra emprendedor proviene de la palabra francesa *entrepreneur* que significa acometer, sin embargo el concepto de emprendedor se ha ido modificando a través del tiempo. En 1755, Cantillón señala al emprendedor como una persona que es capaz de asumir riesgos para obtener beneficios en el futuro.

Más adelante se presenta al emprendedor como la persona que dirige una empresa, es decir como un empresario (Drucker, 2006). Schumpeter (1984) menciona que el emprendedor es el innovador que ayuda al crecimiento económico transformando una innovación (producto, proceso, procedimiento, etc.) en un producto práctico, así mismo lo define como una persona que reúne recursos, organiza talentos y proporciona liderazgo para obtener un éxito comercial. Para Carland, citado por Galan (1994), la diferencia entre emprendedor y propietario de una pequeña empresa es que el primero crea una empresa con el fin de hacerla crecer y que de beneficios, utilizando conceptos y técnicas de dirección estratégica mientras

que los propietarios de pequeñas empresas crean empresas para un beneficio personal. Entre los conceptos modernos podemos señalar a Lerma et al. (2007) que señala al emprendedor como “el hombre o mujer que se encuentren en el proceso de la creación de una micro, pequeña o mediana empresa, a partir de una idea o proyecto de negocio y que sea resultado de un programa emprendedor” (Lerma et al., 2007, 368)

Un concepto que no se puede omitir es el de aquellas personas que están dentro de las organizaciones ya establecidas y que se encargan de identificar oportunidades, organizar los recursos necesarios y llevar a la práctica una idea innovadora, al que Osz (2010) define como intrapreneur.

Concepto de los programas de desarrollo de emprendedores (programas de emprendimiento)

Los inicios de cursos para el desarrollo de empresas en las universidades tiene sus inicios en 1947, en la escuela de negocios de Harvard (Katz, 2003). En la década de los setenta se desarrollaron programas para emprendedores en al menos dieciséis universidades de EUA siguiéndose desarrollando hasta tener en 1999 ciento setenta universidades americanas con programas de emprendimiento (Jones y English, 2004). Para Lerma et al. (2007) el programa emprendedor consiste en implementar, integrar y llevar a la práctica los conocimientos adquiridos por los estudiantes de diversas carreras con el fin de generar soluciones innovadoras que les permitan tener éxito en el mundo de los negocios y que sean el cimiento para la creación de empresas.

Líneas en los modelos en la formación de emprendedores

En la actualidad persiste la pregunta: ¿realmente podremos enseñar a los estudiantes a ser empresarios? Aronsson (2004) y Kirby (2004) encontraron evidencia empírica que demuestra que la adquisición de conocimientos sobre creación de empresas, puede ser un factor que influya en el desarrollo de habilidades emprendedoras.

Por una parte, Aronsson (2004) señala que el espíritu emprendedor puede ser alentado a través de la enseñanza. Por otra, Kirby (2004) afirma que las capacidades empresariales no sólo son innatas, sino que también pueden ser adquiridas a través del aprendizaje.

En resumen, para estos autores las habilidades para ser un emprendedor pueden ser fomentadas. Así, ser un emprendedor no depende únicamente de características genéticas relativas a los individuos. De hecho, Galloway y Brown (2002), mediante un estudio empírico, observaron que alumnos que optaron por, al menos, un curso de creación de empresas dieron muestra de iniciar un negocio en los años posteriores. Por lo tanto, podemos considerar que entre los efectos de la formación para la creación de empresas, se encuentran los siguientes:

- Construir y transferir conocimientos teóricos;
- Desarrollar habilidades, conocimientos, intenciones y actitudes hacia la creación de empresas.

Principales teorías sobre los modelos de los programas de emprendimiento

Martínez (2008), hace referencia a dos principales teorías sobre los programas de emprendimiento, por un lado los programas enfocados al desarrollo y crecimiento de las empresas y por el otro los programas orientados al desarrollo de la motivación, actitudes y comportamientos de los empresarios, llamando a estas últimas competencias emprendedoras, viéndolas como una estrategia para desarrollar un cambio estructural y conductual dentro y fuera de las organizaciones. Por otro lado menciona dentro de un enfoque institucional para la creación de empresas, las siguientes teorías:

- a) **Teoría de la marginación.** Se señala que la marginación es un detonante para volverse empresarios, enfocándose a alumnos con una situación laboral poco estable.
- b) **Teoría del rol.** Menciona que existen regiones que son más propensas a desarrollar emprendedores que otras, analizando la posibilidad de implementar programas de emprendimiento únicos por región.
- c) **Teoría de las redes.** Destaca la importancia de las redes sociales en la creación de empresas. Estas redes sociales se entienden como los lazos existentes entre los diferentes sectores que se involucran en la creación de empresas, desde amigos, familiares, clientes, inversionistas, proveedores, entre otros.

Destaca la importancia de las redes sociales en la creación de empresas. Estas redes sociales se entienden como los lazos existentes entre los diferentes sectores que se involucran en la creación de empresas, desde amigos, familiares, clientes, inversionistas, proveedores, entre otros.

Modelo teórico conceptual propuesto

Una vez analizados el marco descrito anteriormente, se aporta que un emprendedor es la persona que genera el cambio, desde los inicios del uso de este vocablo para referirse a personas que asumen riesgos, empresarias, innovadoras.

Un emprendedor es la persona que cambia el rumbo y las circunstancias de su entorno satisfaciendo de manera diferente las necesidades tanto de sus clientes, proveedores, empleados, socios y competencia, involucrando no solamente a los que crean empresas sino también a todos aquellos que como parte de ellas generan mejoras. Hoy en día las IES han detectado la necesidad de formar, además de empleados, profesionistas emprendedores que impacten en su entorno, vinculando así a las IES con su entorno; el emprendedor desarrolla este impacto en diferentes indicadores:

- Como creador de empresas.- genera empleo, impuestos, ingresos, activa el ciclo económico, desarrolla productos y servicios necesarios para su entorno, etc.
- Como directivo que forme parte de alguna empresa.- desarrolla herramientas que mejoran y aumentan el nivel de productividad y competitividad de la organización.

Por lo anterior al hablar de emprendedores, se hace referencia tanto a los empresarios como también a todos aquellos empleados capaces de lograr mejoras significativas en sus centros laborales y ayudando a mejorar la competitividad de éstos.

Marco conceptual de las habilidades emprendedoras

Para hablar de habilidades emprendedoras se tiene que entender el marco de la cultura empresarial, por lo que se citó a continuación tres definiciones de este concepto:

Para Pumpin (1988) la cultura empresarial abarca el conjunto de opiniones, normas y valores que se desarrollan dentro de una empresa y que caracterizan al comportamiento de directivos

y del personal en su conjunto. Vargas (2007) menciona que la cultura empresarial proporciona el marco de referencia de valores que moldean las actividades productivas y utilitarias, menciona también que es la que “proporciona el esquema valorativo que establece el sentido de un sistema de relaciones entre las características de las organizaciones llamadas empresas y la de sus principales actores, empresarios y administradores”. Para Babor (2007) la cultura empresarial es “la proclividad de hacer negocios o la tendencia a generar o fomentar un espíritu emprendedor en las personas”, concepto que se relaciona de mejor manera para efectos de esta investigación, para poder generar este espíritu emprendedor es necesario revisar las características o habilidades que los emprendedores deben de tener.

Las habilidades emprendedoras se relacionan con las características de un empresario así Gilder (1984) describe a los empresarios como personas que son capaces de aprender, que persiguen sus objetivos a pesar de fracasos y frustraciones y, finalmente, obtienen el éxito a través de romper viejos patrones y crear su propio nuevo orden. Para Schumpeter (1984), los emprendedores son la parte creativa e innovadora, no solamente en la creación de empresas sino en la creación de nuevas formas de producción, administración, generar productos, entre otras.

Principales teorías sobre el desarrollo de las habilidades emprendedoras

En la tesis doctoral de Martínez (2008), nos presenta un resumen de las diferentes teorías que se han tomado en cuenta para el desarrollo de las habilidades de emprendimiento, hablando desde la teoría de Schumpeter que, aunque sus estudios sobre las características del emprendedor son limitados, es el primero en desarrollarlas para que las retomem varios autores, entre ellos Mark Blaug, a quien se le considera el pionero en estudios de emprendimiento en el enfoque económico y el cual presenta un análisis sobre la historia de las teorías de emprendimiento, mencionando que las primeras obras se desarrollan en el siglo XVII destacando las aportaciones de Castillón y Say.

Llegando a la conclusión, después de un análisis de varios autores, que el empresario cuenta con tres funciones básicas: aportación al capital, administración y poder de decisión.

HIPÓTESIS

La Universidad de Sonora cuenta con un Programa de Emprendedores Universitarios, el cual va dirigido a todos los Programas Académicos con los que cuenta la Universidad, la exposición de los estudiantes ante los estímulos para desarrollar sus propias fuentes de empleo debe impactar a los Programas Educativos en el División de Ciencias Económicas Administrativas (DCEAE). El efecto de un Programa de Emprendimiento debe fomentar el interés de los estudiantes de las áreas económicas y administrativas, pero sobre todo equilibrar entre los diferentes Planes de Estudio el deseo de emprender.

Por lo que la hipótesis a comprobar es:

- H_0 : No existe diferencia significativa entre el interés por crear su propia fuente de trabajo entre los estudiantes de los diferentes planes de estudios de la DCEA de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro.
- H_a : Existe diferencia significativa entre el interés por crear su propia fuente de trabajo entre los estudiantes de los diferentes planes de estudios de la DCEA de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro.

METODOLOGÍA

Marco metodológico

Esta investigación atendiendo la clasificación de (Hernández S. R. Fernández C. C. y Baptista, 2003) corresponde al tipo de diseños no experimentales, correlacionales-causales, ya que el modelo de investigación propuesto lo conforman las variables: efectividad del programa, emprendedores y el perfil de los egresados de las licenciaturas en de la DCEA de la Universidad de Sonora

Se desarrollará un instrumento de medición (cuestionario) y se aplicará mediante una encuesta personal a los egresados de los Programas de la DCEA.

Tamaño de muestra

Se calculó un tamaño de muestra que fuera representativo del Universo que conforman los egresados de la licenciatura, los cálculos se presentan a continuación:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N-1) + \sigma^2 p q} = \frac{(1.96)^2 520 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 (520-1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)} = 221$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Universo a muestrear (575 estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia)

s = Confiabilidad, equivalente al 95%, representada por 1.96 s

p = Probabilidad de que el evento *se* conozca u ocurra

q = Probabilidad de que el evento *no se* conozca u ocurra

e = Error de estimación (en este caso el 5%)

La DCEA de la Universidad de Sonora, Unidad Centro comprende los siguientes programas educativos:

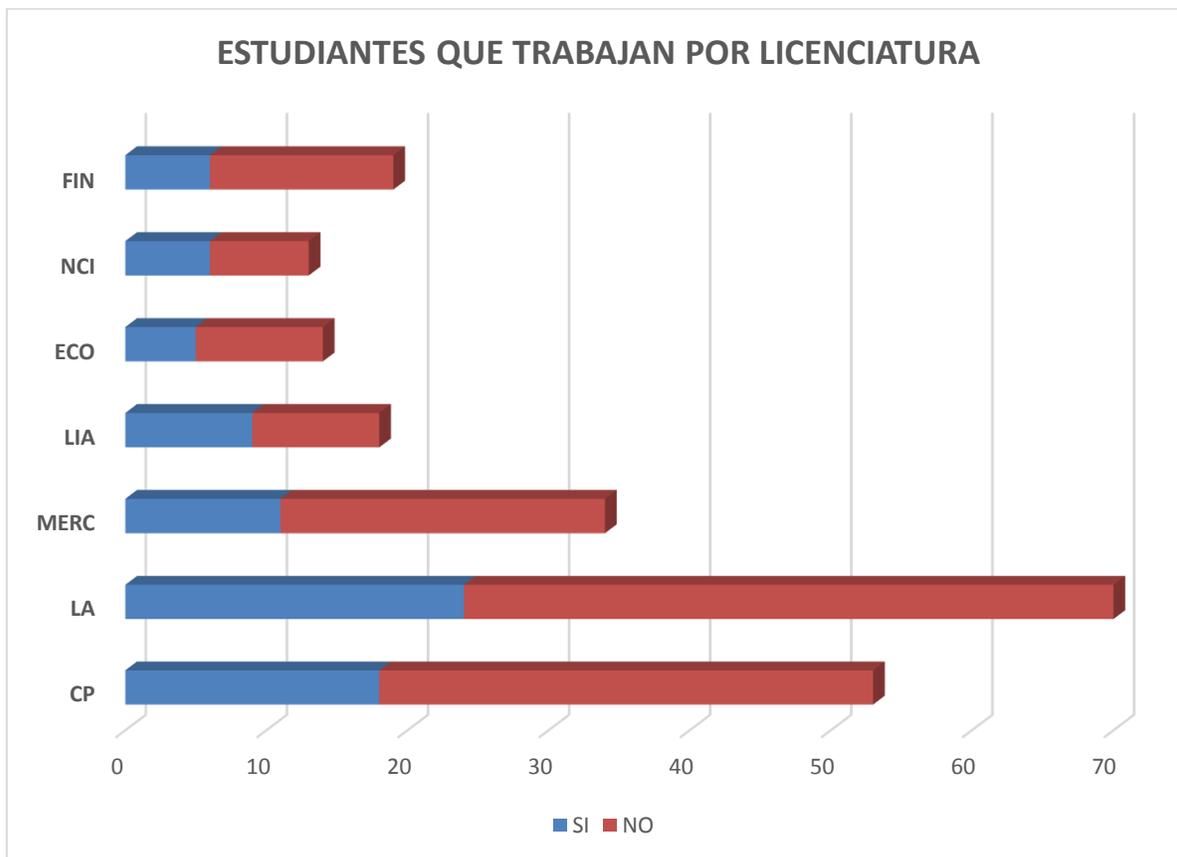
DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS					
Departamento de Economía		Departamento de Contabilidad		Departamento de Administración	
• Licenciatura	en	• Licenciatura	en	• Maestría	en
Economía		Administración		Administración ¹	
• Licenciatura	en	• Licenciatura	en		
Finanzas		Contaduría Pública			
• Licenciatura	en	• Licenciatura	en		
Negocios y Comercio		Mercadotecnia			
Internacional		• Licenciatura	en		
		Informática			
		Administrativa			

Las 231 encuestas se aplicaron aleatoriamente a los alumnos que estaban por egresados de las licenciaturas que se ofrecen en la DCEA durante un mes.

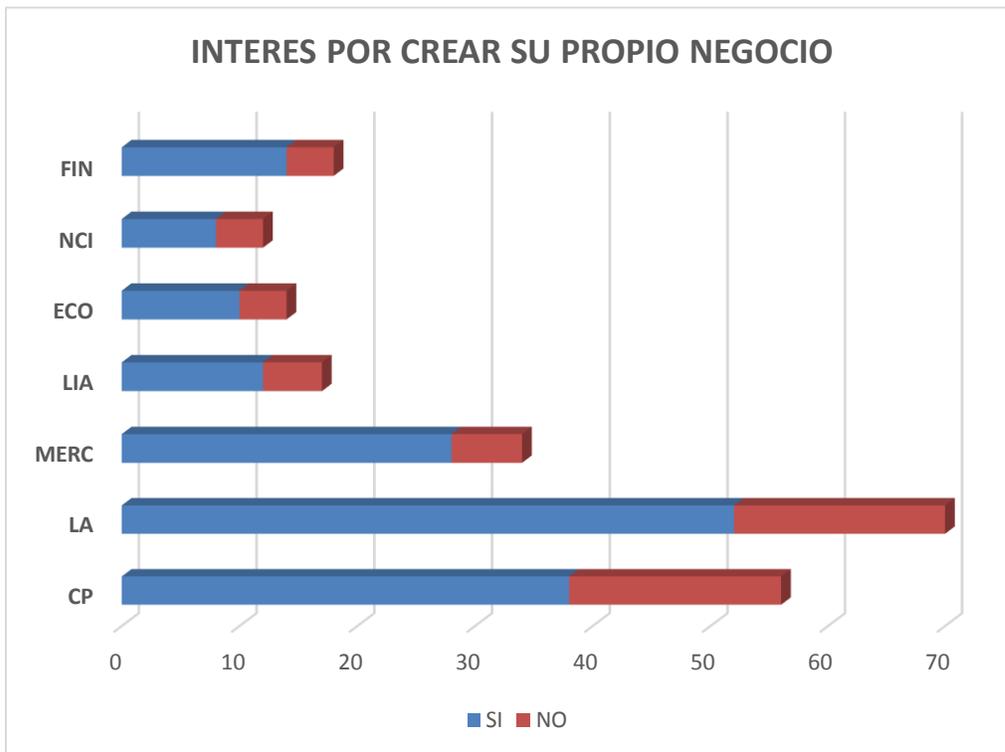
¹ Este Programa Académico no fue tomado en cuenta en la investigación debido a que se trata de un programa de posgrado donde acuden personas que ya forman parte del mercado laboral, y en muchos casos, ya son emprendedores.

RESULTADOS

Los resultados y su análisis se presentan a continuación:

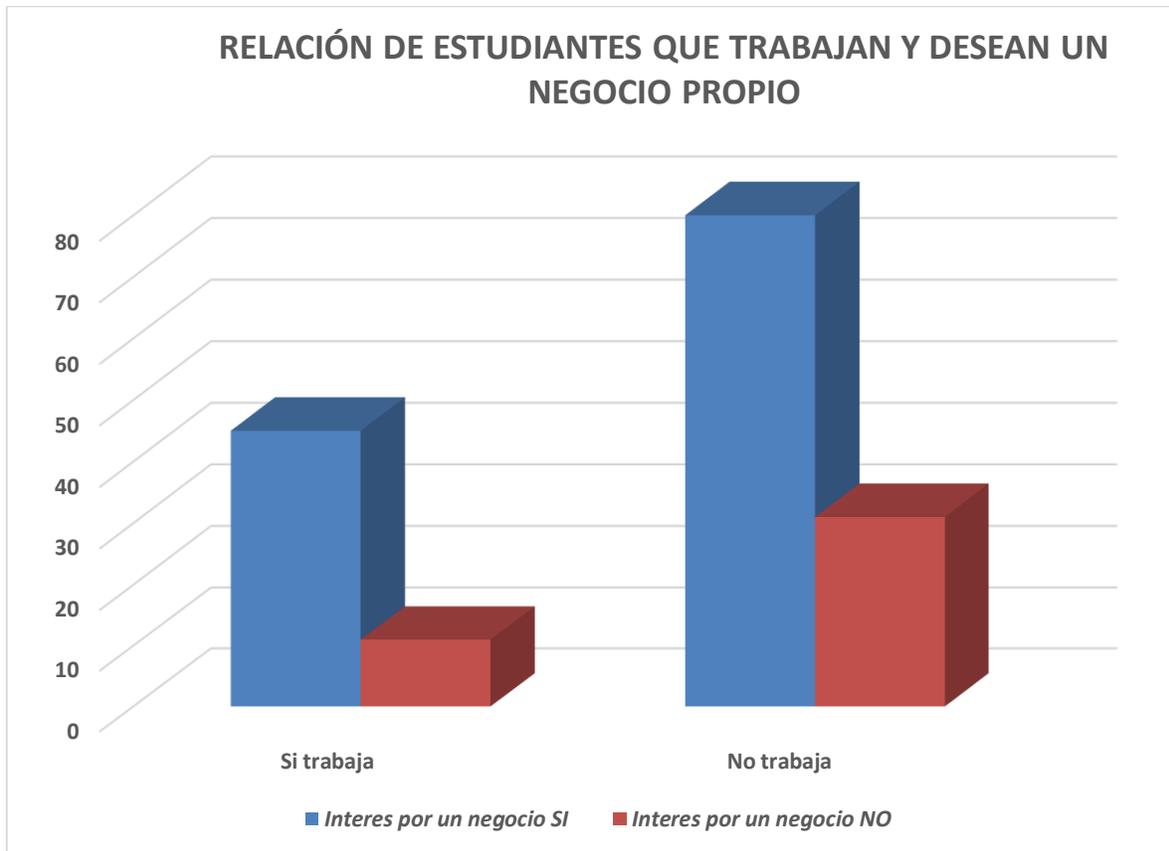


Como se puede observar el porcentaje de estudiantes que trabajan está en relación directa con el tamaño de la matrícula del Programa, de ahí que la proporción de estudiantes de las Licenciatura en Administración que trabajan es mayor que en los demás programas, además se mantiene una brecha menor entre los estudiantes que aún no trabajan y los que ya trabajan.

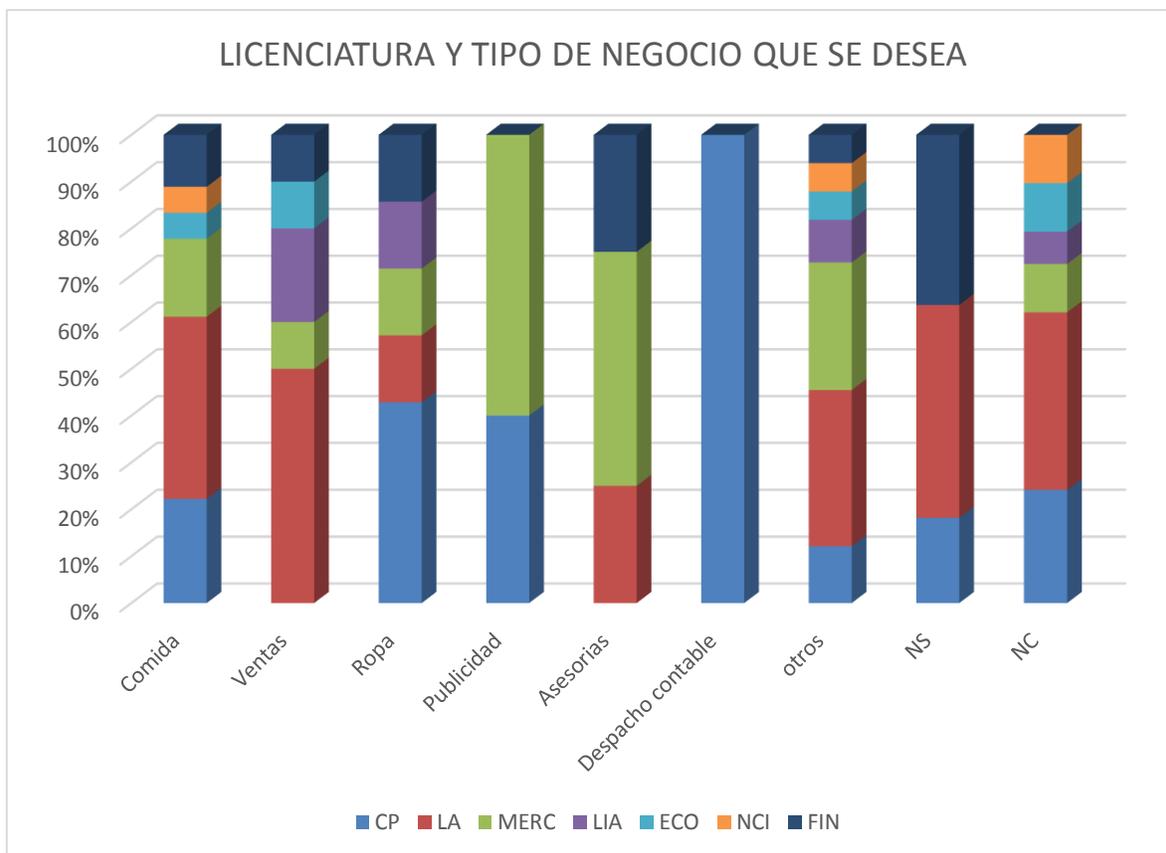


Nuevamente, como se observa en la gráfica, los estudiantes de Administración representan el mayor porcentaje en cuanto al interés por crear su propia fuente de trabajo, pero en esta ocasión los estudiantes de mercadotecnia muestran un mayor interés analizando la proporción que corresponde a sus respuestas, donde la brecha entre quienes se interesan en crear su propio negocio y quienes no muestran ese interés es la mayor de la muestra, pero con un mercado

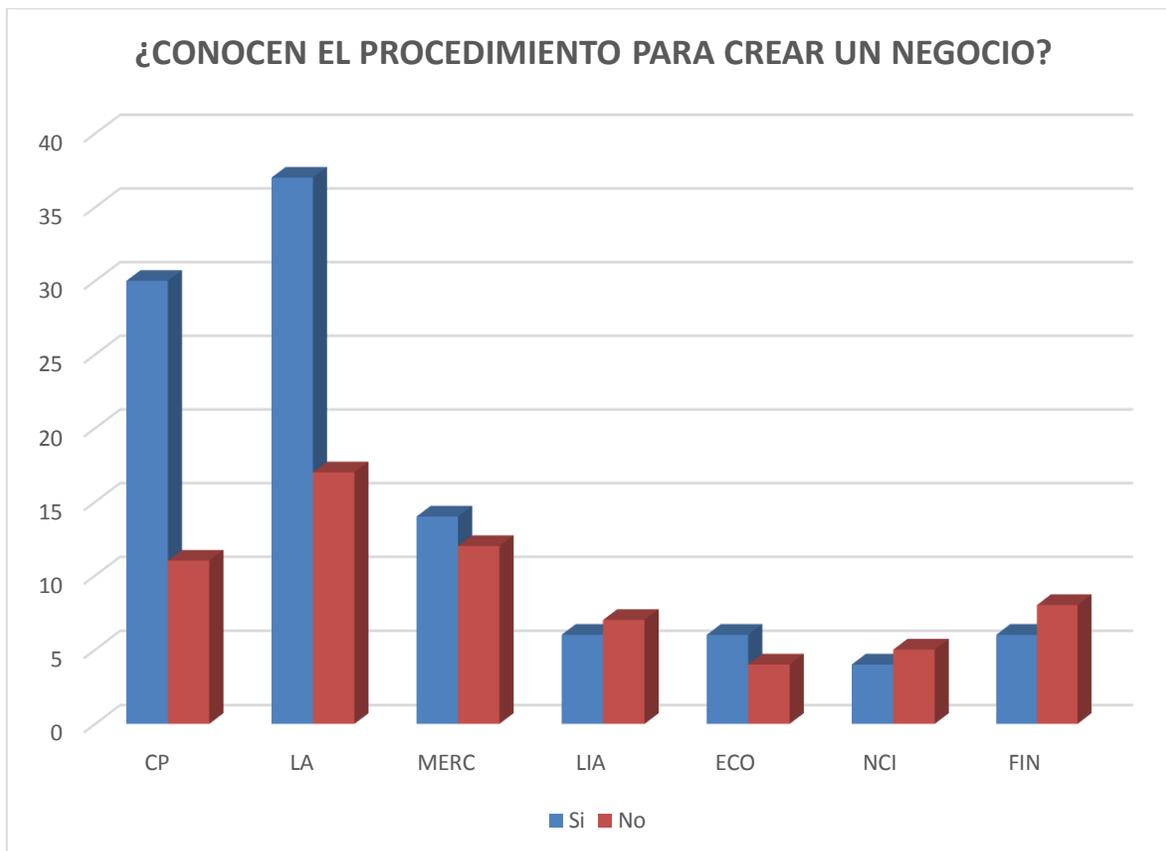
Ahora, analizando la relación de estudiantes que trabajan y desean en algún momento iniciar su propio negocio, observamos que si existe un mayor interés por parte de los estudiantes que aún no trabajan por generar su propio empleo, esto debido a que la proporción de estudiantes que aún no se insertan en el mercado laboral en la muestra es mayor. Pero el dato más interesante es que la proporción de alumnos que ya se encuentran trabajando y que desean iniciar con un negocio es también mayor, a pesar de estar ya inmersos en el ambiente laboral.



Analizando ahora el tipo de negocios que en el cual quieren incursionar los egresados de las licenciaturas de la DCEA, de la Universidad de Sonora, Unidad Centro, observamos un marcado interés por desarrollar negocios en el Sector terciario o de Servicios, siendo un comportamiento natural de los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría y los de Mercadotecnia, esto debido a que su actividad se considera de servicio dentro de las organizaciones, pero sobre todo, que en la actualidad son las actividades que mas se subcontratan.

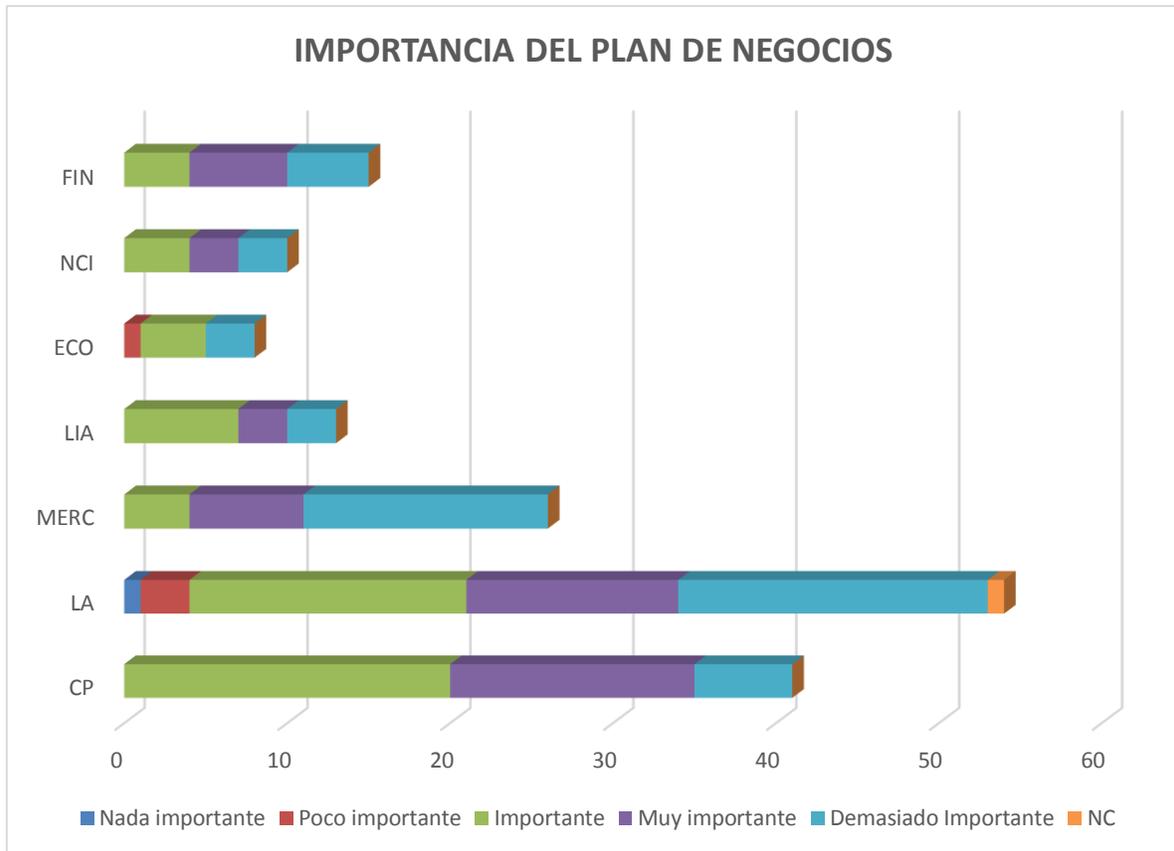


En la Universidad de Sonora existe una incubadora, que se alimenta de los emprendedores que muestran sus planes de negocios en la Feria de la Creatividad que se realiza anualmente. Lo anterior deja por fuera, ya sea por falta de información o poca motivación para participar al grueso de la población estudiantil. Lo anterior se ha tratado de corregir en los últimos años, realizando eventos donde se trata de realizar vinculaciones internas entre los diferentes centros de servicios de la propia Universidad para que puedan trabajar en conjunto con actividades de emprendimiento cada vez que presten un servicio de su especialidad, de esta manera se interconectarán todos los centros de servicio logrando un apoyo integral a los interesados. Mientras esto se concreta, los resultados encontrados en la muestra de los egresados de las licenciaturas de la DCE nos muestran los siguientes datos:



Las licenciaturas de Administración y Contabilidad muestran mayor conocimiento de los procedimientos a seguir para crear un negocio, de forma natural, ya que en muchas de las materias que integran la curricular de sus programas se mencionan dichos procedimientos, en el resto de los programas no es así.

Sobre el mismo tema, el conocimiento de la importancia de tener un Plan de Negocios para poder iniciar con una inversión real y productiva se destaca nuevamente en las Licenciaturas de Administración y Contabilidad, y en cierto grado también en la de mercadotecnia.



Pruebas de hipótesis

Analizando el interés por crear su propio negocio por cada Programa Educativo, por medio de una Chi Cuadrada independiente para cada muestra (es decir, quienes muestran interés en crear su propio negocio, y entre quienes no muestran interés), así como del total de la muestra, con un 95% de confiabilidad y un α de 0.05, se encontró una marcada diferencias significativa, lo cual confirma entonces que los Programas de Emprendimiento de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro no han permeado en forma significativa en los Programas de las licenciaturas de la DCEA, y sólo en las licenciaturas de Administración y Contabilidad, por contenerse en sus propios planes de estudio se genera la inquietud y se tiene el conocimiento básico para iniciar un

Licenciatura e interes por crear un propio negocio						
PROGRAMA	SI	NO	TOTAL	Chi Cuadrada		
				SI	NO	TOTAL
CP	38	18	56	9.54	10.87	18.90
LA	52	18	70	35.98	10.87	46.78
MERC	28	6	34	1.02	0.70	0.19
LIA	12	5	17	5.37	1.39	6.73
ECO	10	4	14	7.46	2.33	9.78
NCI	8	4	12	9.91	2.33	12.13
FIN	14	4	18	3.61	2.33	5.83
Sumatoria	162	59	221	72.89	30.81	100.33
Media	23.14	8.43	31.57			

Añadiendo otra variable, que es la actividad laboral de los estudiantes, es decir, los estudiantes que al egresar se integraron plenamente al mercado laboral y que además mantienen su interés por generar su propia fuente de empleo, se mostró nuevamente una diferencia significativa entre las muestras independientes de quienes si mostraban incursionar en una actividad empresarial y quienes no, así como en la totalidad de la muestra, bajo los mismos parámetros del 95% de confiabilidad con un α de 0.05.

Estudiantes que trabajan por licenciatura						
PROGRAMA	SI	NO	TOTAL	Chi Cuadrada		
				SI	NO	TOTAL
CP	18	35	53	3.99	10.67	14.54
LA	24	46	70	14.32	32.60	46.78
MERC	11	23	34	0.01	0.36	0.19
LIA	9	9	18	0.46	6.28	5.83
ECO	5	9	14	3.50	6.28	9.78
NCI	6	7	13	2.48	8.70	10.92
FIN	6	13	19	2.48	2.62	5.01
Sumatoria	79	142	221	27.24	67.51	93.05
Media	11.29	20.29	31.57			

El último análisis se hizo con las expectativas que tenían los estudiantes al egresar de su licenciatura, específicamente en la de trabajar en una empresa establecida o la de autoemplearse, nuevamente por medio de una Chi Cuadrada con un 95% de confiabilidad y

un α de 0.05, se encontró nuevamente que existe una diferencia significativa en las muestras independientes de la opción de Trabajar, Autoemplearse y en los Totales de la muestra

Licenciatura vs Planes al terminar la carrera						
				Chi Cuadrada		
	Trabajar	Autoemplea	TOTAL	Trabajar	Autoemplea	TOTAL
CP	38	16	54	15.83	1.83	15.93
LA	43	26	69	25.94	18.58	44.37
MERC	18	17	35	0.23	2.72	0.37
LIA	15	3	18	1.31	6.22	5.83
ECO	10	4	14	5.11	4.83	9.78
NCI	4	9	13	12.94	0.52	10.92
FN	13	5	18	2.53	3.62	5.83
Sumatoria	141	80	221	63.89	38.30	93.05
Media	20.14	11.43	31.57			

CONCLUSIONES

Como se muestra en los resultados, tanto los estudiantes o recién egresados tienen la inquietud de iniciar con alguna actividad productiva, sin embargo, a pesar que se muestra un marcado interés por autoemplearse, no se tiene la información que como estudiantes a punto de egresar o recién egresados les da la institución.

Las inquietudes de iniciar un negocio es latente, sobre todo y debido a la formación que reciben algunos estudiantes (como los de Contabilidad, Administración y Mercadotecnia), y se presenta una marcada preferencia por iniciar negocios en el sector de servicios, que como ya se comentó es debido a la propia formación de las tres licenciaturas citadas anteriormente. Los resultados muestran que existe conocimientos (aunque sean básicos) para crear un nuevo negocio, debido principalmente a que esa información la reciben constantemente en muchas de las materias que se les imparten, el problema radica en el desconocimiento casi generalizado de los encuestados de las opciones que ofrece la Institución en su programa de Emprendimiento.

También nos percatamos de que se tiene conciencia de la necesidad de elaborar un Plan de Negocios, que en la mayoría de los casos se analiza en alguna de las materias de sus planes

de estudios, pero los apoyos institucionales para su elaboración son casi desconocidos. Ni se diga de la posibilidad de incubar.

Por medio de las pruebas de Chi Cuadrada se confirmó que existen diferencias significativas en el interés por crear un negocio, y dicho interés prevalece en las Licenciaturas en Administración, Contabilidad y en menor medida Mercadotecnia. También nos percatamos de que el interés persiste en quienes ya realizan una actividad laboral y confirmamos mediante la misma prueba estadística que existe una diferencia significativa que marca nuevamente la tendencia de los tras programas de estudios que se han mencionado con anterioridad. Y a pesar que los estudiantes recién egresados o a punto de egresar muestran interés por iniciar un negocio en el sector de servicios, nuevamente hay una diferencia significativa en dicha tendencia marcando nuevamente a CP, LA y MERC como los más destacados.

Los Programas para fomentar el emprendimiento que actualmente existen en la Universidad de Sonora, no han tenido un efecto equitativo en los Programas de Estudio de la DCEA, y el cual puede considerarse nulo. Se deben aterrizar dichos programas a nivel Divisional y Departamental y fomentar el Emprendimiento en todos los programas educativos, principalmente los de la DCEA, que por naturaleza propia de las actividades profesionales que realizarán los egresados, debe darse de manera natural.

REFERENCIAS

- Alcaraz, R. (2004): Análisis de la contribución del curso sello: Desarrollo de Emprendedores (OR 00802), en el desarrollo de las características básicas del perfil del emprendedor, de los alumnos del Tecnológico de Monterrey .Memorias RIEEE. ITESM.
- Babor, S. J. (2007). El concepto de cultura empresarial desde un abordaje antropológico. Revista Científica de UCES, 11(2), 38-61.
- Clouse, V. G.H (1990). A controlled experiment relating entrepreneurial education to students' start-up decisions. *Journal of Small Business Management*, 28(2), pp. 45-53.
- COLE, A. H. (1959): "Business enterprise in its social setting: Harvard University Press. Cambridge, Mass

- DeTienne, D. y Chandler, G. (2004). Opportunity Identification and its Role in the Entrepreneurial Classroom: a Pedagogical Approach and Empirical Test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), pp. 242-257.
- Drucker, P. (2006). Más allá de la Revolución de la Información. *Harvard Deusto Business Review*, 12, pp. 6-16.
- Fischel Volio, A., 2013. Red Latinoamericana de Universidades por el emprendedurismo social. [En línea] Available at: <http://www.redunes.org/wp-content/uploads/2013/07/Congreso-Emprendedurismo-Social-Ponencia-Astrid.pdf>
- Fournier, A. N., 2011. Documento de investigación. Administración de empresas, No. 6. *Emprendimiento Social*, Bogotá, Colombia: Fundación universal central.
- Galán, F. (1994). La creación de empresas en el sector servicios como estrategia del desarrollo regional: El papel del emprendedor. IV Congreso de Economía Regional de Castilla y León. Burgos Comunicaciones, pp. 537-549.
- Gilder (1984), *The spirit of the enterprise*. Penguin Books Ltd.
- Hernández S. R. Fernández C. C. y Baptista, L. P. (2003). *Metodología de la Investigación (3ra edición)*. México: McGraw Hill
- Herrera Echeverri, H., 2009. Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura.. *Innovar [online]*, Volumen 19, pp. pp. 19-33
- Hynes, B. (1996). Entrepreneurship Education and Training, Introducing Entrepreneurship into Non-Business Disciplines. *Journal of European Industrial Training*, 20 (8), pp. 10-17.
- Iyigun, M. F. y Owen, A. L. (1999). Entrepreneurs, Professionals, and Growth. *Journal of Economic Growth*, 4(2), pp. 213-232.
- Jones, C. y English, J. (2004). A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education. *Education and Training*, 8 (9), pp. 416-423.
- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, Creativity and Organization*. EUA. Prentice Hall.
- Katz, J. A. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge? *Education and Training*, 46(8), pp. 510-519.
- Lerma, A., Martín, M., Castro, A., Flores, M., Martínez, H., Mercado, M., Morales, A., Olivares, A., Rangel, M., Raya, M. y Valdés, L. (2007). *Liderazgo emprendedor: Cómo ser un emporendedor de éxito y no morir en el intento*. México: Thomson.

- McMullan, W. E. y Gillin, L. M. (1998): Industrial Viewpoint - Entrepreneurship Education - Developing Technological Start-Up Entrepreneurs: A Case Study of a Graduate Entrepreneurship Programme at Swinburne University. *Technovation*, 18, pp. 275-286.
- Martínez, F. 2008. Análisis de competencias emprendedoras del alumnado de las escuelas Taller y Casas de Andalucía. (Tesis Doctoral). Universidad de Granada, España.
- Osz, E. (2010) *Intrapreneurship: Desarrollando el espíritu emprendedor dentro de la organización*. Buenos Aires: Fómhar Ediciones.
- Punpin, C. (1988) *Cultura Empresarial. Conferencias y trabajos de investigación del instituto de dirección y organización de empresas*. Recuperado de <http://dspace.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/3329/5900906366.pdf?sequence=1>
- Schumpeter, J. A. (1984): *Capitalismo, socialismo y democracia*. Brasil: Zahar Editores.
- Timmons, J. et al (1985), *New Venture Creation*, Ed. Irwin, USA.
- Vargas Hernández, J. (2007) *La culturocracia organizacional en México*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/ 301
- Vesper, K. H., y Gartner, W. B. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education. *Journal of Business Venturing*, 12(5), pp. 403-421.