

**XX CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN DOCENCIA E  
INVESTIGACION EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**



**UNIVERSIDAD DE SONORA  
DIVISION DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD**



**PONENCIA**

**“DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD Y LOS  
APOYOS INSTITUCIONALES, QUE IDENTIFICAN EL PERFIL  
EMPREDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE CONTADURÍA Y  
ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SONORA”**

*TEMÁTICA: Formación Integral de los Alumnos*

**AUTORES:**

**<sup>1</sup>M.A. Isidro Real Pérez, <sup>2</sup>Francisco Javier Espinoza Valencia, <sup>3</sup>Luz María Leyva  
Jiménez**

---

<sup>1</sup> Doctor en Administración educativa, Universidad de Sonora, Tel. 6622562516, [ireal@pitic.uson.mx](mailto:ireal@pitic.uson.mx)

<sup>2</sup> Doctor en Administración educativa, Universidad de Sonora, Tel. 6623508817,  
[francisco.espinoza@unison.mx](mailto:francisco.espinoza@unison.mx)

<sup>3</sup> Doctor en Administración educativa, Universidad de Sonora, Tel. 6621868943, [lmleyva@pitic.uson.mx](mailto:lmleyva@pitic.uson.mx)

## Índice

Resumen .....	3
Introducción.....	4
I. Marco teórico.....	6
II. Metodología.....	10
Objetivo General.....	15
Específicos.....	15
Metas .....	15
III. Resultados .....	16
IV. Conclusiones y discusión .....	22
Bibliografía.....	24

## **RESUMEN**

La investigación realizada es de corte, cuantitativo y de corte transversal para lo cual se hizo en análisis descriptivo y correlacional de los datos obtenidos de los cuestionarios levantados a los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría Pública y Licenciatura en Administración, del Departamento de Contabilidad de la División de Ciencias Económicas y Administrativas en la Universidad de Sonora en Hermosillo, Sonora en México, para determinar su perfil emprendedor, así como el apoyo académico por parte del Departamento, de los docentes que les imparten clase, y de la propia institución, esto con el fin de conocer las características de emprendimiento con que cuentan los estudiantes, y que se puedan establecer actividades que desarrollen aquellas que sean oportunas, de acuerdo al análisis de los datos muestran características propias de su juventud como lo es el deseo de superación y progreso, por lo que en todo momento están dispuestos al cambio, a estar actualizándose, hacer lo que les guste, estar siempre en actividad, constante capacitación, hacer lo mejor posible en su trabajo, ser eficiente en sus actividades, con respecto a los apoyos académicos e institucionales, lo que resulta más significativo es relacionado con la pregunta si su tutor le ha proporcionado información sobre emprendimiento lo cual desarrolla la intención de emprender, en relación a la experiencia trabajando en alguna actividad, un 87.2% responde que está trabajando o ha trabajado y solo el 12.8% manifiesta no estar trabajando o no haber trabajado, con lo cual se demostró que la población de estudio, cuenta con características propias por lo que son referentes o para desarrollar proyectos que colaboren en el descubrimiento y fortalecimiento de capacidades emprendedoras.

Palabras Clave: Perfil Emprendedor, Emprendimiento, Características de personalidad.

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una temática que requiere una atención especial y puntual dentro de las universidades públicas y en general en todos los niveles educativos del país. Cabellos (2006) menciona que es un tema que se apodera de las labores de personas involucradas en el entorno universitario y que éste, al igual que la creación de fuentes de empleo, son temas de mucho interés debido a la actual crisis laboral que se vive y que perjudica a varios países, producto de los cambios y transformaciones políticas y tecnológicas, así como la crisis financiera, a nivel personal, empresarial y gubernamental, causando graves problemas en el campo de trabajo. Y debido a ello, menciona que es necesario que surjan opciones innovadoras entre las cuales se encuentra el emprendimiento y como su actor principal, el emprendedor apto para aperturar nuevas empresas, emprender nuevos negocios dentro de las empresas establecidas, propiciar el auto empleo y producir nuevas fuentes de empleo. Al emprendedor, Toca (2010), lo define como aquel que *“asume riesgos, persigue algún beneficio; innova, identifica y crea oportunidades; establece y coordina nuevas combinaciones de recursos; y concibe nuevas formas de hacer las cosas”*.

En la Universidad de Sonora, en el Plan Institucional de Desarrollo 2017-2021 *“Consolidar la formación integral del estudiante”*, objetivo *“Fomentar la creatividad y la cultura emprendedora tiene como objetivo general fortalecer, organizar e impulsar la cultura de la creatividad y el emprendimiento del estudiante universitario que le permita como egresado contar con el perfil adecuado para generar y presentar propuestas innovadoras y los conocimientos, habilidades y destrezas en el desarrollo de proyectos emprendedores socialmente responsables”*. Objetivos específicos • *“Fomentar en el estudiante el espíritu y la capacidad de modificar, crear, inventar y desarrollar ideas que protejan y preserven los recursos de la naturaleza, mejoren las actividades del entorno social y económico, y ofrezcan bienes y servicios necesarios para la sociedad”*.

Asimismo, la Universidad de Sonora en su Modelo curricular 2030, aprobado recientemente

En lo referente a los Atributos y rasgos del Modelo Curricular del Modelo Educativo 2030, habla sobre:

Formación integral.

La Formación integral implica la incorporación de los *valores universitarios, aspectos culturales, deportivos, artísticos y cultura emprendedora, entre otras características*<sup>4</sup>, forjan en los estudiantes, nuevas actitudes y formas de relacionarse en sociedad, lo que demanda una formación sensible a las dimensiones éticas de la profesión de vista a la ciudadanía y la responsabilidad social.

Atributos y rasgos del Modelo Curricular del Modelo Educativo 2030

Centrado en el estudiante Centrado en el estudiante se refiere al interés primordial de una formación para el pleno desarrollo del alumno como persona y como ciudadano, lo que implica ampliar sus capacidades para ejercer su libertad en beneficio propio y de la sociedad. Basado en el reconocimiento del estudiante como un ser integral, el Modelo Educativo 2030 de la Universidad de Sonora concibe la importancia del protagonismo del estudiante para tomar sus propias decisiones de manera fundamentada e informada, y con ello prepararlo para el ejercicio temprano de su libertad.

En lo referente a las Competencias genéricas del Modelo Educativo 2030, está las competencias del pensamiento emprendedor.

La Universidad de Sonora cuenta con un Programa de Emprendedores Universitarios, donde su misión es: *“Somos un Programa de apoyo a Emprendedores enfocado a mejorar la calidad académica de los estudiantes de la Universidad de Sonora y público en general promoviendo la vinculación y el intercambio de experiencias entre los sectores académico y empresarial, e impulsando el desarrollo de nuevos negocios a través de nuestros distintos programas logrando ofrecer beneficios directos a la sociedad”*, y su objetivo es: *“Fomentar espíritu emprendedor y empresarial, impulsando la creatividad hacia la productividad, calidad y competitividad, mediante la elaboración de trabajos innovadores que contribuyan al desarrollo regional que ofrezcan beneficios directos a la sociedad”*.

---

<sup>4</sup> Plan de Desarrollo Institucional Aprobado por la Junta de gobierno en noviembre de 2017

La División de Ciencias Económica y Administrativas , el Departamento de Contabilidad y el Departamento de Administración, actualmente se encuentra en la actualización de sus programas de estudios de las Licenciaturas en Contaduría Pública y en la Licenciatura en Administración, para lo cual se ha recabado información de diferentes fuentes, con el objetivo de apoyar la pertinencia y la congruencia de estos programas acordes a las necesidades sociales demandantes, donde se enfatiza, que en el perfil de egreso del estudiante, contemple aspectos de conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes, que lo formen propositivo, creativo, innovador, visionario, analítico, emprendedor y, por ello, la inquietud de conocer los principales factores de influencia en su formación con un perfil emprendedor.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, y consientes que el impulso económico de un país, en parte depende de personas emprendedoras con la capacidad para idear soluciones competitivas e innovadoras, que impulsen el desarrollo de nuevas formas de progreso e impacten en el desempeño económico local, regional y nacional. La Universidad de Sonora, tiene el compromiso con la sociedad de formar profesionales que enfrenten los retos actuales y futuros, compromiso, que en su Plan de Desarrollo Institucional lo contempla, es por ello que en el mes de mayo de éste año se aprobó el modelo educativo 2030, que dice en su Misión: “La Universidad de Sonora es una institución pública autónoma que tiene como misión formar, en programas educativos de calidad y pertinencia, profesionales integrales competentes a nivel nacional e internacional, articulando la docencia con la generación, aplicación y transferencia del conocimiento y la tecnología, así como con la vinculación con los sectores productivo y social, para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad. La Universidad de Sonora, como parte de su responsabilidad social, se encuentra en una posición privilegiada para apoyar el cumplimiento de los 17 objetivos establecidos por la ONU en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Así, para contribuir a la solución de los principales problemas que aquejan a la humanidad, y en particular los de su entorno estatal y regional, la Universidad tiene como propósito el cumplimiento de las siguientes funciones:

- ♣ Formar integralmente profesionales y científicos en todas las áreas de conocimiento, con los valores y las competencias adecuadas para interactuar y desarrollarse, según las necesidades y requerimientos de los diferentes sectores de la sociedad.
- ♣ Generar, aplicar y transferir el conocimiento y la tecnología en todos los campos del saber, para la atención de

los principales problemas del entorno y la mejora de los niveles de bienestar de la población. Modelo Educativo 2030 Universidad de Sonora Página 24 ♣ Ejercer sus funciones de docencia e investigación mediante una vinculación efectiva con la sociedad, proporcionando servicios a los sectores sociales, productivos y gubernamentales en atención de sus necesidades y requerimientos, difundiendo las distintas manifestaciones del arte y la cultura hacia los espacios sociales, y consolidando la cooperación académica con otras instituciones.” (Universidad de Sonora, 2018), trayendo con ello, la necesidad de actualizar los programas académicos, en donde con la información que se proporcione, es oportuno considerar contenidos temáticas y estrategias que nos lleven a la formación de egresados con actitud y competencias emprendedoras.

## **I. Marco teórico**

### **Factores que generan actitud emprendedora**

#### **Factores socio-personales**

Los factores relacionados con circunstancias del individuo o llamados socio-personales se basan en numerosas investigaciones que evalúan la relación entre tener intenciones de crear una empresa y variables relacionadas con el ambiente familiar, la experiencia laboral, responsabilidades familiares, así como el sexo.

En principio se cree que los individuos que se encuentran trabajando o poseen experiencia laboral tienen una mayor inclinación por desarrollar su propio negocio. Del mismo modo (Moriano, Palací, & Morales, 2006) encuentran que la experiencia laboral ocupa un papel importante en la intención de crear una empresa. (Alejandro, Edwin, Javier, & Elsa, 2010) Encuentran una relación significativa entre quienes tienen experiencia laboral y el deseo de iniciar un emprendimiento.

Por otro lado (Bolaños, 2006) afirma que en Latinoamérica la familia juega un rol importante y es lógico pensar que influya como modelo a seguir. En su investigación advierte que los que tienen un modelo a imitar, sea externo o familiar, pueden tener mayor intención de crear una empresa. De igual manera (Alejandro, Edwin, Javier, & Elsa, 2010) aseguran que es

probable que la experiencia familiar en creación de empresas favorezca la intención emprendedora.

Además (Aponte, Urbano, & Veciana, 2006) y (Moriano, Palací, & Morales, 2006) afirman que los antecedentes de empresarios en la familia aportan un efecto positivo en la creación de nuevas empresas.

Sin embargo, (Delgado, Gómez Martínez, Romero, & E, 2008) No encontraron que las experiencias cercanas en creación de empresas tuvieran un efecto significativo en el espíritu emprendedor. A pesar de esta diferencia, la mayoría de los estudios se inclinan por otorgarle efectos positivos a estas dos variables (experiencia laboral y familiares con experiencia emprendedora) sobre la intención de emprender.

Por otro lado, en cuanto al género, según (Merino & Vargas, 2011), (Salazar, Herrera, Rueda, & León, 2014) las mujeres son menos propensas a iniciar nuevos proyectos empresariales. Además, (Merino & Vargas, 2011) encuentran que las personas jóvenes presentan una mayor propensión hacia la actividad emprendedora, al igual que los individuos con mayores niveles de preparación académica. (Rodríguez & Prieto Pinto, 2009) Encontraron que en estudiantes del sexo femenino había una alta disposición a emprender una empresa. No obstante, (Fuentes & Sanchez, 2010) reportaron una menor iniciativa emprendedora en las mujeres, quienes además evidenciaron temor al fracaso como un obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa propia.

### **Características sociodemográficas**

Se concretan en todos aquellos hechos reales sobre los individuos que son perfectamente verificables, tales como la edad, el género, los antecedentes emprendedores en la familia y la experiencia de trabajo. Metodológicamente todas estas características sociodemográficas son un instrumento útil para medir las diferencias individuales. Son variables fijas no susceptibles de ser modificadas y su medición sirve para conseguir ciertos efectos en el comportamiento del individuo, por lo que serán analizadas y las utilizaremos como variables de control.



## **Edad**

Para (Veciana V. J., 1989) en estudios realizados respecto a la edad, la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años. En los Estados Unidos de Norteamérica un tercio de los nuevos empresarios son menores de 30 años.

Más del 60% de los emprendedores entre los 18 y 29 años afirman desear poseer su propio negocio y cerca del 80 % de los que querrían ser emprendedores están entre los 18 y los 34 años de edad (Kuratko & Hodgetts, 2004).

Dado que se ha argumentado que los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, y que son los jóvenes que carecen de cargas familiares y compromisos los que mayormente tienen la tendencia a crear su propia empresa, la variable edad debía ser controlada en el estudio.

## **Sexo**

Debido a los obstáculos que tienen y a los distintos niveles socioeconómicos de donde provienen las mujeres emprendedoras, no constituyen un grupo homogéneo, pero hay algo en común, que las empresas que crean no pueden ser analizadas aisladamente del entorno económico y sociocultural en el que se desenvuelven (González, 2001), ya que los valores y actitudes sociales influyen en cierta medida en las condiciones de creación y desarrollo de las empresas creadas, gestionadas y dirigidas por ellas. (Rubio, Cordon, & Agote Martín, 1999) En su estudio encontraron que un 47.2% de los hombres habían pensado seriamente en crear su propia empresa contra un 32% de las mujeres, corroborando la idea de que los hombres manifiestan una mayor propensión a la creación de empresas en comparación con la población femenina.

Asimismo, (Arribas & Vila, 2004) encontraron que el 44.4% de los hombres tienen la iniciativa de crear una empresa contra el 30.9% de las mujeres. (Crant, 1996) Al estudiar la relación entre las diferencias individuales y las intenciones de comportamiento hacia carreras empresariales, encuentra también altas intenciones empresariales de los varones en comparación con las mujeres.

## **Ámbito de desarrollo**

El crecimiento económico que crea oportunidades de negocio también puede crear más posibilidades emprendedoras, subrayando también que si la economía de una nación se expande y hay más demanda de mercancías y servicios, se reflejará la probabilidad de que alguien tenga la oportunidad de iniciar un negocio (Dyer, 1994).

Por otro lado, las actuaciones de las Administraciones Públicas son determinantes para potenciar el aprendizaje y el desarrollo local ya que el contexto puede influir en las facilidades para la creación de tejido empresarial.

Por tanto, a través de esta variable se trata de controlar si existen distintas oportunidades económicas y de desarrollo personal en el entorno rural, de pequeña y de gran ciudad que permitan a las personas desarrollar diferentes actitudes emprendedoras.

## **Antecedentes familiares empresarios**

La tradición familiar es un factor muy importante en el que se suscita un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas ideas y negocios (Benavides & Sanchez, 2004). La observación permite comprobar que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son auto empleados o empresarios. Este hecho se repite en todas las investigaciones. El porcentaje oscila entre el 40 y el 60% según (Veciana V. J., 1989) y (Leiva, 2004).

En diversos trabajos se ha comprobado que si los padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial, reflejando la menor preferencia por ser empleado en una gran empresa (Scott & Twomey, 1988); (Crant, 1996) o (Rubio, Cordon, & Agote Martín, 1999).

## **Experiencia previa**

En el trabajo realizado por (Peterman & Kennedy, 2003) sobre las influencias en las percepciones de los estudiantes hacia la creación de empresas, encontraron que el 80% de los

estudiantes encuestados ya poseían la experiencia previa, lo cual originó que existiera un deseo percibido de dichos estudiantes hacia el emprendimiento.

Similares cifras maneja (Leiva, 2004) en su estudio para detectar la motivación emprendedora entre los estudiantes universitarios, quien encontró que aquellos que tienen experiencias laborales previas tienen mayor preferencia a crear su propia empresa. En la misma línea, (Scott & Twomey, 1988) manifiestan que la experiencia laboral es un factor crucial que ayuda a moldear las aspiraciones profesionales. Encontraron en su estudio que un tercio de los estudiantes con experiencia laboral dijeron tener ideas empresariales propias frente a una décima parte de aquellos que nunca habían trabajado.

Esto es explicado por la teoría de la empresa como incubadora, pues la habilidad propia que define la figura del emprendedor se forma por medio de una experiencia de trabajo y personal. La experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, ya que, cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor.

## **II. METODOLOGIA**

### **Aplicación de cuestionarios o recolección de datos**

El instrumento utilizado para ésta investigación consta de datos de aspectos personales, académicos y laborales, una segunda sección con datos familiares, una tercera sección con dos dimensiones, a) **Características de personalidad**, b) apoyo académico e institucional.

**El instrumento utilizado está estructurado de la siguiente forma:**

**Aspectos Sociodemográficos: Entendiéndose como los atributos que tiene el estudiante**

- 1.- Edad
- 2.- Sexo
- 3.- En que semestre se encuentra inscrito actualmente?
- 4.- Que Carrera está cursando?
- 5.- ¿Trabaja o ha trabajado en alguna empresa?

## **DIMENSIONES:**

### **I.- Características de Personalidad**

- 19-1 *Prefiero trabajar solo no me gusta tomar decisiones junto con otros*
- 19-2 *Tener dinero para cubrir mis gastos y los de mi familia es mi principal preocupación*
- 19-3 *Siempre estoy ayudando a los demás compañeros aun sin conocerlos*
- 19-4 *Me gusta dirigir personas, me gusta que otros hagan lo que yo quiero que hagan*
- 19-5 *Para mí, es muy importante el bienestar de la gente que conforma mi equipo de trabajo*
- 19-6 *Busco siempre sobresalir y tener éxito frente a los demás*
- 19-7 *No me gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre me guío por lo que otros hacen*
- 19-8 *Para mí, un buen horario, y un lugar cercano y cómodo son factores muy importantes que debe tener un trabajo*
- 19-9 *Soy inquieto, siempre estoy buscando buenas formas por hacer mejor mi trabajo, soy un perfeccionista*
- 19-10  
*El progreso del país y el bienestar de toda la gente es muy importante para mi*
- 19-11 *Mantener una imagen de superioridad ante los demás, es mi principal preocupación*
- 19-12 *Para mí es muy importante ganarme la confianza de mis compañeros de trabajo, siendo leal y honesto*
- 19-13 *Siempre busco ser ejemplo para los demás compañeros*
- 19-14 *Disfruto mucho trabajando, tener una actividad que llene mi vida es muy importante para mi*
- 19-15 *Soy muy activo(a), contagio energía solo de verme*
- 19-16 *Siempre estoy preocupado(a) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser eficiente en mi trabajo*
- 19-17 *Es muy importante para mi sentirme parte de mi equipo de trabajo y/o empresa, y saber que cuidan de mi*
- 19-18 *Para mí, adquirir y acumular bienes o servicios costosos es muy importante*
- 19-19 *Para mí, la lealtad hacia la empresa y/o grupo es muy importante*
- 19-20 *Para mí, es muy importante que mis compañeros de trabajo/estudios, familiares y amigos, reconozcan y valoren mis logros.*
- 19-21 *Soy muy metódico(a), no me gusta intentar nuevas formas de hacer las cosas, prefiero lo que siempre me ha funcionado.*
- 19-22 *Me gustan retos en mi trabajo/estudios, prefiero lo nuevo y lo desconocido.*

## **II.- Apoyo académico e Institucional.**

*P25-1 Considera que el plan de estudios de la licenciatura que hasta el momento ha llevado, ha influido para generarle una actitud emprendedora.*

*P25-2 Los maestros le han motivado a desarrollar una actitud de emprendedor(a.)*

*P25-3 Su Tutor Académico, le ha proporcionado información o lo ha motivado a generarle una actitud de emprendedor(a).*

*P25-4 Su Servicio Social, si ya lo realizó, considera que influyeron en desarrollarle una actitud de emprendedor(a).*

*P25-5 Conoce el Programa Institucional de Emprendimiento con que cuenta la Universidad de Sonora.*

## **Análisis de interpretación de datos y conclusiones**

El análisis de la presente investigación será realizado con el apoyo del software como instrumento de análisis cualitativo de datos en SPSS (Statistical Product and Service Solutions), se presenta tomando como base la encuesta estructurada y utilizada para el levantamiento de la información, de acuerdo a la importancia y relevancia de sus resultados que se presentan de acuerdo a las Tablas de frecuencia y validación con su análisis de confiabilidad.

### **IV.3. Universo, Muestra y Técnica de Muestreo**

La población considerada para la presente investigación corresponde los alumnos inscritos del quinto al noveno semestre en el ciclo escolar 2016-1, de las Licenciaturas en Contaduría Pública y en Administración del Departamento de Contabilidad de la Unidad Centro de la Universidad de Sonora, determinando una muestra estadística de dicho universo.

El muestreo es de tipo probabilístico aleatorio simple, basado en el principio de la probabilidad, es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Con la técnica de muestreo aleatorio simple, considerando su utilidad para el diseño del estudio, con un 95% de nivel de confianza y un 7% de error, con una probabilidad de ocurrencia del 50% y probabilidad de no

ocurrencia del 50% restante, quedando integrada la muestra de 180 alumnos de un universo de 2138 inscritos en el ciclo escolar 2016-1.

#### IV.4. Tamaño de la Muestra

Se calculó un tamaño de muestra que fuera representativo del universo que conforman los alumnos avanzados (5to. Semestre en adelante) inscritos en el ciclo escolar 2016-1 de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, los cálculos se presentan a continuación:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

#### Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Universo a muestrear (2138 estudiantes de las Licenciaturas de Contaduría Pública y en Administración del Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora)

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

p = Probabilidad de que el evento *se* conozca u ocurra 50%

q = Probabilidad de que el evento *no se* conozca u ocurra 50%

e = Error de estimación (en este caso el 7%)

#### Determinación de tamaño de muestra

Licenciatura/postgrado	Población total	Proporción	Muestra
Lic. en Administración	955	45%	80
Lic. en Contaduría Pública	1,183	55%	99
<b>TOTAL</b>	<b>2,138</b>	<b>100%</b>	<b>180</b>

$$180 = \frac{2138 * 1.96 * 50 * 50}{7 * (2138 - 1) + 1.96 * 50 * 50}$$

De la muestra determinada, se aplicaron aleatoriamente 180 encuestas a los alumnos inscritos del quinto al noveno semestre del ciclo escolar 2016-1 de las Licenciaturas en Contaduría Pública y en administración del Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora.

#### **IV.5. Método, Técnica e Instrumento**

La técnica de muestreo probabilístico fue utilizada, y el instrumento empleado para la recolección de datos es un cuestionario de respuestas de opción múltiple (Anexo 1). Dicho instrumento fue aplicado a los alumnos inscritos del quinto al noveno semestre de las Licenciaturas en, Contaduría Pública y en Administración, del Departamento de Contabilidad de la Unidad Centro de la Universidad de Sonora.

##### **IV.5.1 Enfoque cuantitativa:**

Esta investigación atendiendo la clasificación de (Hernández S. R. Fernández C. C. y Baptista, 2003) corresponde al tipo de diseños concluyentes, ya que el modelo de investigación propuesto lo conforman las variables: Actitud emprendedora, efectividad del programa, emprendedores y el perfil de egreso de las licenciaturas de la Universidad de Sonora

Se desarrollará un instrumento de medición (cuestionario) y se aplicará mediante una encuesta personal considerando las dimensiones de las cuales se han definido en: aspectos personales, académicos y laborales, familiares, perfiles psicológicos, personalidad, emprendedor y el apoyo académico e Institucional de los estudiantes de las Licenciaturas de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Sonora, Unidad Regional Centro, para la formación de la actitud emprendedora.

## Objetivo General

Describir el potencial de emprendedor, en base a las características de personalidad y el apoyo académico institucional, de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría Pública y Licenciatura en Administración de la Universidad de Sonora, para aportar información a los responsables de la actualización de los programas académico, para formar estudiantes con un perfil emprendedor.

## Objetivos Específicos

Identificar las características de personalidad, que se percibe de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría Pública y de Administración de la Universidad de Sonora y que pueden ayudar a desarrollarlo.

Identificar los factores de mayor apoyo académico e institucional, que ayudan a la formación de un perfil con competencias emprendedoras de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría Pública y de Administración de la Universidad de Sonora.

## III. Resultados

### Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	180	100.0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	180	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.



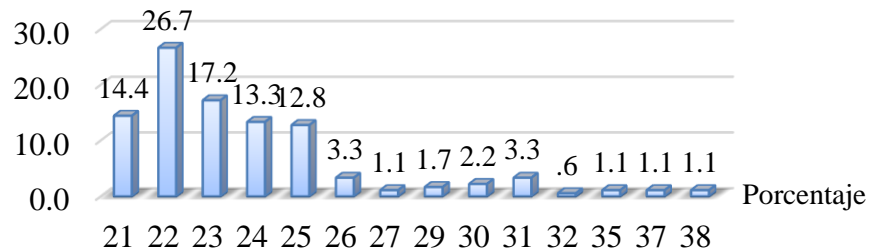
### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.717	27

En los análisis de la información de los resultados obtenidos se identificó que el Alfa de Cronbach representa un .717, lo cual nos da como resultado un 71.7% de fiabilidad de los datos del perfil de personalidad.

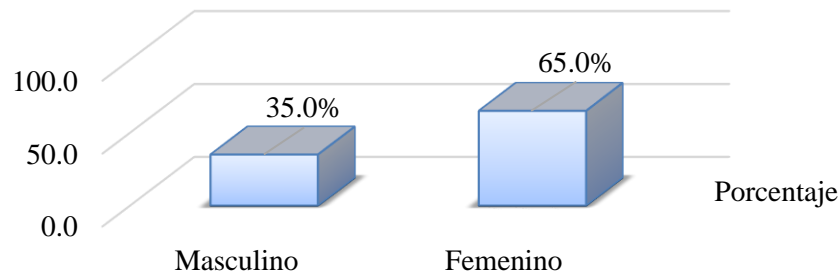
Basado en las características de las diferentes edades de los alumnos encuestados se realizó una clasificación por grupos de edad, donde se destaca que el 41.1% corresponde a los alumnos entre 18 y 22 años, el 46.6% en el rango de los 23 a 26 años, 5% recae en el rango de 27 a 30 años, el 3.9% en el rango de 31 a 34 años y el restante 3.3% al rango de mayores de 35 años. (Véase Gráfico 1)

**Gráfico 1. Edad**



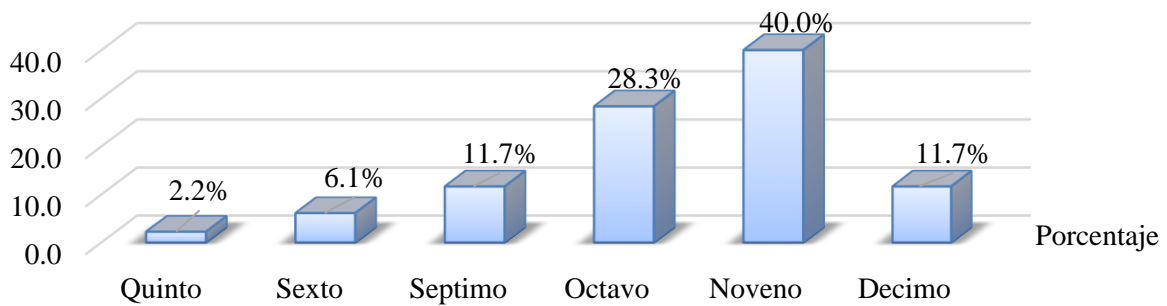
Para identificar los aspectos sociodemográficos de las características de personalidad de los alumnos de la licenciatura en administración, se identificó que el género de los alumnos encuestados corresponde un 65% al género femenino y el 35% restante al género masculino, lo cual demuestra que hay una tendencia hacia el género femenino. (Véase Gráfico 2)

**Gráfico 2. Sexo**



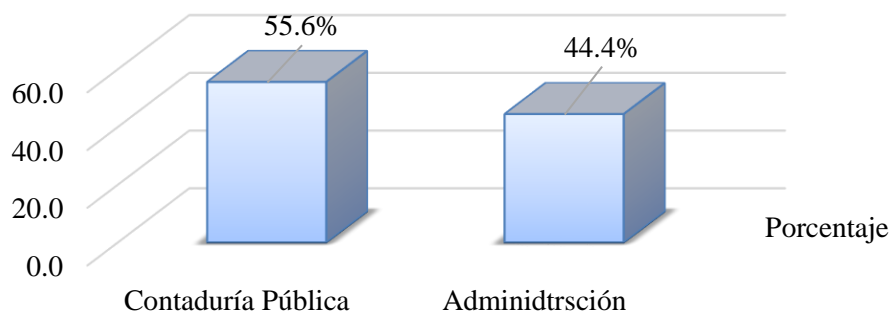
De acuerdo con los datos obtenidos en relación al semestre en el cual se encuentran inscritos, la distribución de los estudiantes de la licenciatura en administración quedó de la siguiente manera: el mayor número de encuestados se encuentra en noveno semestre con un 40%, en octavo semestre se encuentra el 28.3%, en el séptimo semestre un 17.7%, en séptimo decimo un 11.7%, en sexto semestre 6.1% y el 2.2% restante se encuentra en quinto semestre la licenciatura. (Véase Gráfica 3)

**Gráfico 3. ¿En qué semestre se encuentra Inscrito?**



Con respecto a la carrera que están cursando, encontramos que el 55.6% con de la licenciatura en contaduría pública y el 44.4% son de la licenciatura en administración.

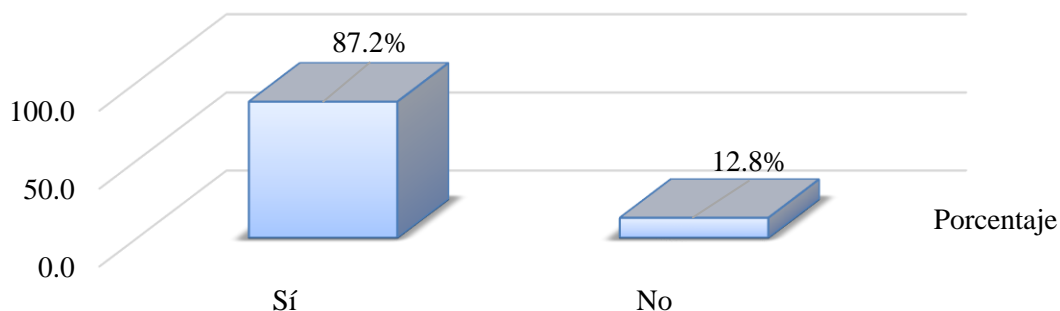
**Gráfico 4. ¿Qué Carrera está cursando?**



Con respecto a la parte relacionada con los aspectos laborales de la actitud emprendedora de los alumnos de las licenciaturas en administración, nos encontramos con los siguientes resultados:

Se identificó que los alumnos encuestados revelan que: el 87.2% cuenta con un trabajo o ha trabajado en una empresa, mientras que el 12.8% restante comenta que no cuenta con un trabajo o no han trabajado en una empresa. (Véase Gráfica 5).

**Gráfico 5. ¿Trabaja o ha trabajado en alguna empresa?**



**TABLA No. 1**

**Correlaciones de las características de personalidad**

Correlaciones								
		MEDG 19			MEDG 19			MEDG 19
MEDG 19	Correlación de Pearson	.1	P19.8	Correlación de Pearson	.243**	<b>P19.16</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	<b>.576**</b>
	Sig. (bilateral)			Sig. (bilateral)	.001		Sig. (bilateral)	.000
P19.1	Correlación de Pearson	.244**	P19.9	Correlación de Pearson	.326**	P19.17	Correlación de Pearson	.431**
	Sig. (bilateral)	.001		Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000
P19.2	Correlación de Pearson	.235**	P19.10	Correlación de Pearson	.510**	P19.18	Correlación de Pearson	.362**
	Sig. (bilateral)	.001		Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000
P19.3	Correlación de Pearson	.454**	P19.11	Correlación de Pearson	.371**	P19.19	Correlación de Pearson	.375**
	Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000
P19.4	Correlación de Pearson	.385**	P19.12	Correlación de Pearson	.471**	P19.20	Correlación de Pearson	.364**
	Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000
P19.5	Correlación de Pearson	.492**	P19.13	Correlación de Pearson	.333**	P19.21	Correlación de Pearson	.373**
	Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000		Sig. (bilateral)	.000
P19.6	Correlación de Pearson	.366**	<b>P19.14</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	<b>.503**</b>	P19.22	Correlación de Pearson	.261**
	Sig. (bilateral)	.000		<b>Sig. (bilateral)</b>	<b>.000</b>		Sig. (bilateral)	.000
<b>P19.7</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	<b>.513**</b>	<b>P19.15</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	<b>.526**</b>			

	<i>Sig.</i> <i>(bilateral)</i>	<i>.000</i>		<i>Sig.</i> <i>(bilateral)</i>	<i>.000</i>
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).					

Las correlaciones más significativas de las características de personalidad se encuentra en las preguntas, no me gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre me guío por lo que otros hacen, con  $r=.513$  y una Sig, .000, disfruto mucho trabajando, tener una actividad que llene mi vida es muy importante para mí, con  $r=.503$  y una Sig, .000, soy muy activo(a), contagio energía solo de verme, con  $r=.526$  y una Sig, .000, siempre estoy preocupado(a) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser eficiente en mi trabajo, con  $r=.576$ , y una Sig, .000.

**TABLA No. 2**

**Apoyo académico e Institucional**

Correlaciones		
		MEDG25
MEDG25	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	
P25-1.	Correlación de Pearson	.505**
	Sig. (bilateral)	.000
P25-2.	Correlación de Pearson	.526**
	Sig. (bilateral)	.000
<b>P25-3.</b>	<b>Correlación de Pearson</b>	<b>.590**</b>
	<b>Sig. (bilateral)</b>	<b>.000</b>
P25-4.	Correlación de Pearson	.367**
	Sig. (bilateral)	.000
P25-5.	Correlación de Pearson	.402**
	Sig. (bilateral)	.000
**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).		

Las correlaciones más significativas de las Apoyo académico e Institucional se encuentran en la pregunta, Su Tutor Académico, le ha proporcionado información o lo ha motivado a generarle una actitud de emprendedor(a), con  $r=.590$  y una Sig, .000

## **V. Conclusiones y discusión**

De acuerdo a la muestra determinada y encuestada, los estudiantes son jóvenes que su edad fluctúa entre los veintiuno y veintiséis años, con un 87.7%, edad razonable ya que la mayoría de ellos, se encontraban cursando entre el séptimo y noveno semestre de la carrera, así mismo en relación al género, un 65% son Mujeres y un 35 % varones, fenómeno que en los últimos años se ha estado presentando, ya que cada día son más la mujeres que cursan una carrera universitaria, así también, respecto al semestre que están cursando un gran porcentaje el 80 %, estaban cursando del séptimo al noveno semestre, alumnos que ya estaban próximos a terminar su programa, en relación a la carrera que están cursando, predomina la carrera de Contaduría Pública, situación que también en los últimos años se ha estado presentando.

Las características de personalidad de los estudiantes de las Licenciaturas en Contaduría y Administración de la División de Ciencias Económico y Administrativas de la Universidad de Sonora, las correlaciones más significativas se encuentra en las preguntas, no me gusta hacer cosas que otros no hagan, siempre me guío por lo que otros hacen, con  $r=.513$  y una Sig, .000, disfruto mucho trabajando, tener una actividad que llene mi vida es muy importante para mí, con  $r=.503$  y una Sig, .000, soy muy activo(a), contagio energía solo de verme, con  $r=.526$  y una Sig, .000, siempre estoy preocupado(a) por actualizarme, ya sea leyendo o asistiendo a cursos, con la finalidad de ser eficiente en mi trabajo, con  $r=.576$ , y una Sig, .000, por lo que se infiere que les gusta innovar, hacer cosas nuevas, creativos, dinámicos, realizan actividades que las disfrutan, buscan estar actualizados a través de lectura y capacitación, que disfrutan el trabajo, les gusta basarse en lo que otros ya hicieron y buscar mejorarlo, buscan ser eficientes en el trabajo, por lo que de acuerdo a éstos resultados se infiere que se tiene muchas áreas de oportunidad que pueden ser aprovechadas en beneficio de ellos mismos para buscar estrategias que apoyen a las materias del programa académico,

para egresarlos con formación en emprendimiento, que responda a las necesidades sociales y congruentes a los objetivos de la Universidad de Sonora.

En el análisis de los veintidós ítems, que conforman la dimensión de las características personales, motivo del estudio, que mayor mente explican éste perfil y que pueden ser áreas de oportunidad para hacer modificaciones en los contenidos de las materias del plan de estudios y/o implementar estrategias que tengan como objetivo el poder desarrollar éstas actitudes y aptitudes que nos lleven a egresar alumnos con un perfil con competencias de emprendimiento.

En relación a la Dimensión Apoyo Académico e Institucional, las correlaciones más significativas, se encuentran en la pregunta, Su Tutor Académico, le ha proporcionado información o lo ha motivado a generarle una actitud de emprendedor(a), con  $r=.590$  y una Sig.  $.000$ , concluyendo que por parte del mapa curricular, los docentes y la propia institución, los alumnos no siente un apoyo en su formación emprendedora, representando una área de oportunidad muy grande, para emprender acciones que apoyen dentro de la formación integral del estudiante, las competencias emprendedoras.

La información resultante de ésta investigación posteriormente se puede ampliar estratificando muestras con alumnos que inician su carrera y que están por egresar con el fin de medir que tanto los formó como emprendedores las materias que cursaron del programa académico, los maestros que les impartieron clases, la Institución con programas adicionales, así mismo profundizar en otras dimensiones como son el perfil psicológico, las características de personalidad, el apoyo académico e institucional.

## Bibliografía

- Alejandro, L. P., Edwin, D. J., Javier, D. C., & Elsa, L. J. (2010). Actitudes de Creatividad y Emprendimiento en Estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su Relación con Algunas Variables Socio Demográficas. (F. d. Psicología, Ed.) *REVISTA IIPSI*, 13(2), 139-151.
- Aponte, M., Urbano, D., & Veciana, J. M. (Diciembre de 2006). Actitudes hacia la creación de empresas: Un estudio comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 11(2), 52-75.
- Arribas, F. I., & Vila, G. J. (2004). La actitud emprendedora del universitario Valenciano, en (2004). En S. Roig, D. Ribeiro, R. Torcal, A. De la Torre, & E. Cerver, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (págs. 201-211). Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Benavides, E. M., & Sanchez, G. I. (2004). El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. En S. R. Roig, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, (págs. 403-419). Valencia, España.: Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Bolaños, R. (Agosto de 2006). Impacto del Modelo a Imitar en la Intención de Crear una Empresa. (S. d. Redalyc, Ed.) *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 491-508.
- Crant, J. M. (Julio de 1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- CABELLOS DÍAZ, C. Emprendedurismo dentro del ámbito universitario (2006). Recuperado el 29 de septiembre de 2011 de <http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/ponenciaCandidaCabello.pdf>
- Delgado, P. M., Gómez Martínez, L., Romero, M. A., & E, V. I. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Revista Cuadernos de Gestión*, 8(1), 11-24.
- Dyer, W. G. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(19), 7-21.



- Fuentes, G. F., & Sanchez, C. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. (E. Universidad de Córdoba, Ed.) *Estudios de la Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- González, M. M. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según el género. *Boletín económico de ICE*(2709).
- Kuratko, D. (2004). Entrepreneurship Education in the 21 century. From legitimation to leadership. National Conference.
- Leiva, B. J. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. En S. Roig, D. Ribeiro, R. Torcal, A. De la Torre, & E. Cerver, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (pág. 323\*339). Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Merino, M., & Vargas, C. D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. (S. d. Redalyc, Ed.) *Revista Latinoamericana de*(46), 38-54.
- Moriano, L. J., Palací, D. F., & Morales, D. J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. (S. d. Redalyc, Ed.) *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (19 de Noviembre de 2003). Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144.
- Rodríguez, C. A., & Prieto Pinto, F. A. (Noviembre de 2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia - Francia. (S. d. Redalyc, Ed.) *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 19, 79-89.
- Rubio, L. E., Cordon, P. E., & Agote Martín, A. L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. (F. Dialnet, Ed.) *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 37-52.
- Salazar, C. P., Herrera, S. I., Rueda, M. S., & León, R. J. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. (S. d. Murcia, Ed.) *anales de psicología*, 30(2), 549-559.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.

- Toca, T. C. (Oct./Dec. de 2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ambitos y posibilidades. (SCIELO, Ed.) *Estudios Gerenciales*, 14, 4-80.
- Veciana, V. J. (1989). Características del empresario en España. (F. Dialnet, Ed.) *Papeles de Economía Española*, 39(40), 19-36.