



**XXI Congreso Internacional sobre Innovaciones en  
Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas**

**CIUDAD DE MÉXICO, SEPTIEMBRE 10,11 Y 12 DE 2018**

**TÍTULO DE LA PONENCIA:**

**Principales dificultades que enfrentan los estudiantes universitarios para  
emprender**

*José Emilio Méndez González<sup>1</sup>, Jaime Aguirre Rodríguez<sup>2</sup>*

*y Jorge Luis Carnero Porras<sup>3</sup>*

**Institución:**

*Universidad Autónoma de Chihuahua, México*

**Área Temática:**

Motivación y estímulos para el aprendizaje

---

<sup>1</sup> Maestro en Administración Pública, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 188 5648, [emendez@uach.mx](mailto:emendez@uach.mx)

<sup>2</sup> Doctor en Administración Pública, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 216 6573, [jrodriguezr@uach.mx](mailto:jrodriguezr@uach.mx)

<sup>3</sup> Maestro en Administración, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, (614) 184 3702, [jorgeluiscarnero@hotmail.com](mailto:jorgeluiscarnero@hotmail.com)

## **RESUMEN**

La presente investigación, se llevó a cabo con alumnos de diferentes semestres y carreras profesionales en la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH). Siendo el principal objetivo, obtener información suficiente y relevante para analizar las principales dificultades que enfrentan los alumnos universitarios para emprender; la investigación se realizó encuestando en alumnos de los semestres 1, 3, 6 y 8; con el propósito de determinar la percepción que tienen con respecto a si su intención de emprender algún proyecto o negocio se ve mermada al enfrentarse a determinadas situaciones que pueden ser consideradas dificultades.

Los resultados muestran que la intención emprendedora se ve afectada directamente a causa de que perciben que los obstáculos pueden ser difíciles de enfrentar si no se tiene un buen capital propio; que se enfrentan a problemas para obtener financiamientos, que poseen poca información tanto académica como gubernamental sobre cómo emprender; que tienen una formación empresarial insuficiente o nula; que existe incertidumbre para el futuro, tanto económica como social y que su intención para emprender se puede ver mermada por miedo al fracaso.

El estudio permite determinar factores que pudieran detonar las intenciones de emprendimiento aligerando las dificultades, y tienen que ver con recibir ayuda, apoyos, información pertinente y adecuada, capacitación de calidad y generar en los jóvenes autoconfianza para enfrentar el futuro.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Dificultades, Soluciones, Resiliencia.

# Principales Dificultades que enfrentan los estudiantes Universitarios para Emprender

## Índice

	<b>Pág.</b>
Resumen .....	2
Introducción .....	4
I. Marco teórico .....	6
II. Marco Conceptual.....	8
III. Metodología .....	14
Objetivos .....	14
Hipótesis .....	15
Naturaleza y Métodos.....	15
IV. Resultados .....	19
V. Conclusiones y discusión .....	23
Bibliografía.....	25

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio es analizar las principales dificultades que enfrentan los estudiantes para emprender. Hoy en día la falta de oportunidades laborales, el fenómeno de desempleo se ha convertido en toda una problemática en nuestro país, y la necesidad de auto emplearse nos ha llevado a realizar este estudio.

Ante esta problemática de desempleo hemos optado por visualizar el otro panorama que es el autoempleo como medio para solucionar la falta de empleos formales, es decir, la propia generación de trabajo.

Por lo anterior se pretende alcanzar un alto nivel de jóvenes que emprendan su propio negocio ayudando a que rompan con los paradigmas personales y gubernamentales o profesionales, y aumentar de manera significativa el entusiasmo emprendedor.

Se pretende buscar las principales dificultades que enfrenta el joven universitario para emprender su propio negocio, se intenta investigar si el hecho de cursar la materia del emprendedor puede propiciar que los universitarios adquieran actitudes emprendedoras, si la falta de recursos, entre otros factores es una causa importante por la que los jóvenes deciden no emprender.

Esta investigación busca profundizar en un tema que hoy en día cobra mayor relevancia debido al crecimiento y profundización de su estudio y generación de abundantes documentos respecto al tema; organizaciones como el Global EnterprENEURSHIP Monitor (GEM) destacan la importancia y los factores del ecosistema que fomentan o inhiben el emprendimiento. Los elementos de este ecosistema son los recursos, incentivos, apoyo institucional y características propias de los mercados para el desarrollo y crecimiento de la actividad emprendedora la cual, tiene un efecto positivo en el desarrollo económico de los países (Global Entrepreneurship Monitor GEM, 2016)

El actual modelo de enseñanza-aprendizaje de la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH, 2008), es un modelo basado en competencias; y es a partir de 1998, cuando incorpora el Modelo Educativo por Competencias Centrado en el Aprendizaje y se fundamenta en la teoría de

la educación basada en competencias desde un enfoque holístico que enfatiza en el desarrollo constructivo de habilidades, conocimientos y actitudes que permitan a los estudiantes insertarse adecuadamente en la estructura laboral y adaptarse a los cambios y reclamos sociales (Marín Uribe, 2003). Las competencias que la UACH desarrolla se clasifican en: básicas, profesionales y específicas.

Competencias básicas: son las cualidades que los egresados desarrollan independientemente del programa académico del que egresen: sociocultural, solución de problemas, trabajo en equipo y liderazgo, emprendedor y comunicación.

Competencias profesionales: son la base común de la profesión, son las semejantes a un campo de acción profesional, o área del saber.

Competencias específicas: son aquellas exclusivas de cada carrera, las que propician el desempeño específico en el campo de aplicación concreta de su desenvolvimiento laboral.

El paradigma en el que se sustenta es el pedagógico, el cual propicia que los estudiantes por la vía de la experiencia generen mecanismos de inducción que los conduzca más allá de lo previsto y es la competencia emprendedor o del emprendimiento la que la propia FCA por antonomasia, debe ser la referente más oportuna para su enseñanza; ya que a pesar de tener cursos y materias que la promueven, no profundiza en dicha enseñanza, y esto puede inferirse debido a que en todas sus carreras se ofrece un solo curso realmente específico relativo directamente a esta competencia y es hasta octavo semestre que la cursan sus alumnos.

Una buena elaboración de estrategia es inseparable de una buena actitud emprendedora. Una cosa no existe sin la otra. La formulación de la estrategia requiere la participación de los administradores de todos los niveles. (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland III, 2012, pág. 33)

La enseñanza del emprendimiento en el ámbito universitario, específicamente en la FCA de la UACH no es detonante de nuevas empresas en forma significativa o directa, la razón de cursar la materia no es crear nuevas empresas; no obstante, tampoco es posible comprobar si los alumnos desarrollaron su espíritu emprendedor; ya que, aunque siempre surgen nuevas ideas,

innovadoras y creativas; es importante determinar cuál es el resultado más relevante de cursar la materia desarrollo de emprendedores; por lo que la intención de esta investigación es determinar cuáles son los principales factores que inhiben el emprendimiento y cuáles pudieran ser las mejores estrategias para evitarlos..

## **I. MARCO TEÓRICO**

Hemos visto como en la actualidad los jóvenes universitarios se encuentran en una problemática al salir de sus carreras con una gran escasez de oportunidades laborales, esta situación ha hecho que cada vez sea más alto el índice de desempleados y esto nos ha llevado a realizar este trabajo para hacer a un lado los obstáculos con los que se puede enfrentar el universitario a la hora de realizar un proyecto de emprendimiento.

Una de las principales acepciones que debe enfrentar un espíritu emprendedor es comenzar una obra, un negocio con empeño especialmente cuando toman riesgos, para llevar adelante un sueño basándose en el conocimiento, planificación e investigación.

En la actualidad es de suma importancia conocer el nicho de mercado para emprender un negocio, conocer debidamente cuál será el segmento de potenciales consumidores.

No obstante, según un reciente estudio llevado a cabo también por la Comisión de las Comunidades Europeas en el 2008, citado en (García & Carmen, s.f) realizado en 664 instituciones europeas de Educación Superior con el objetivo de analizar el estado de la educación emprendedora en este nivel educativo, se concluye, entre otras cosas, que:

- Más del 50% de estudiantes universitarios no tienen acceso a ningún tipo de acción relacionada con el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Las universidades europeas muestran un considerable retraso en este campo con respecto a EEUU y Canadá.
- Existe muy poca cooperación entre las instituciones para intercambiar buenas prácticas.
- La mayoría de las instituciones dedican menos de 50 euros anuales por alumno en el

fomento del espíritu emprendedor

- Es necesario consensuar una definición más inclusiva de lo que se entiende por educación emprendedora. Por tanto, resulta evidente que aún queda mucho por hacer en este ámbito y que, una de las líneas de actuación que ha de abordarse, es tratar de determinar cuáles son las principales dificultades percibidas por los propios estudiantes a la hora de plantearse la alternativa del autoempleo al finalizar su periplo universitario, de cara a poder establecer medidas adecuadas de promoción. (Idem)

En el trabajo citado se concluye, que las dificultades de financiación percibidas por los universitarios constituyen el principal obstáculo a la hora de plantearse poner en marcha iniciativas empresariales una vez finalizados sus estudios. Cabría preguntarse en qué medida se trata de una percepción coyuntural influida por la situación económica actual o tiene un carácter más estructural, lo cual sería coherente con hallazgos recogidos en trabajos anteriores según Moriano Palací citado en (Idem) En cualquier caso, resulta evidente que facilitar mecanismos adecuados de financiación para proyectos empresariales promovidos por universitarios, así como aportar información adecuada es un elemento fundamental de cara a promover los niveles de expendeduría universitaria.

El estudio psicosocial del emprendedor es una línea de investigación de gran interés dada la actual situación socioeconómica y la especial necesidad que existe en nuestro entorno de personas que abran nuevos caminos empresariales, y sean capaces de aprovechar las oportunidades de un mercado global.

Asimismo, las nuevas posibilidades tecnológicas están contribuyendo a un crecimiento significativo del autoempleo. Junto a ello, las empresas acentúan el recurso al trabajo descentralizado, como una vía más de externalización de actividades. Como ya se ha señalado en distintas ocasiones por Palací Lisboa, citado en (Palací & Morales, 2005), el trabajo a tiempo parcial, la subcontratación, las consultorías, el autoempleo y en general los modelos de empleo flexibles son algunos de los rasgos característicos de la nueva economía.

Como hemos visto la motivación es de suma importancia para realizar un proyecto emprendedor cuando por voluntad propia deseamos realizar algo y llevarlo a cabo con todo el

esfuerzo que este implica, es importante que como emprendedores no nos basemos en suposiciones o especulaciones es de suma relevancia preguntar que queremos saber, lo que la gente quiere y necesita aquí podemos apoyarnos de una encuesta para que nos de la información que necesitamos y nos dé mayor tranquilidad y confianza continuar con nuestro plan de emprender, el emprendedor debe de tener una serie de cualidades que ya hemos venido tratando a lo largo de la investigación pero sin lugar a dudas el contar con una serie de ideas para detectar las oportunidades que se presenten en su entorno se convierte en una gran ventaja.

## **II. MARCO CONCEPTUAL**

### **Concepto de emprendimiento**

Derivado de la palabra inglesa entrepreneurship, se puede inferir que su equivalente en la lengua castellana sería el vocablo emprendimiento; el cual, según el Diccionario de la real académica Española, es: “la acción y efecto de emprender, acometer o comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro; es en sí, una cualidad de emprendedor”. (Diccionario de la RAE, 2014)

Emprendimiento es la actitud con la que el ser humano afronta las diferentes situaciones que se presentan en su vida; es la capacidad de ver nuevas oportunidades y de convertirlas en realidad. (Sanabria, 2010, pág. 10)

(Dollinger, 2008, pág. 9) lista algunos autores con sus definiciones acerca de este contenido:

Knight (1921) afirmaba: “son los beneficios de asumir la incertidumbre y el riesgo”, McClelland (1961), mencionaba: “es la toma de riesgo moderado” y Gartner (1985), lo definía como “la creación de nuevas organizaciones”; éstos son sólo algunos ejemplos de la complejidad de este tema, pero también del genuino interés de los investigadores por elaborar una definición precisa.

Dentro de estas definiciones, podríamos encontrar los siguientes elementos y características comunes: Creatividad e innovación, identificación, adquisición y clasificación de recursos, organización económica, oportunidad de obtener o aumentar ganancias bajo cierto



riesgo e incertidumbre

Emprendimiento, es entonces, según (Dollinger, 2008) el control y despliegue de recursos para crear una organización o red de organizaciones económicas innovadoras con el fin de obtener ganancias o cierto crecimiento en condiciones de riesgo e incertidumbre.

Hatten (1997) define los fundamentos de este término: “El término entrepreneur (emprendedor), palabra francesa que data del siglo XVII, se traduce literalmente como ‘mediador’. Originalmente se refería a los hombres que organizaban y dirigían exploraciones, expediciones y maniobras militares”. (Olmos Arrayales, 2007, pág. 2)

De acuerdo con las Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el Ejercicio Fiscal 2016\*, dentro de su apartado definiciones, y para efecto de estas, se entiende por Emprendedores: Las mujeres y los hombres con inquietudes empresariales, en proceso de crear, desarrollar o consolidar una micro, pequeña o mediana empresa a partir de una idea emprendedora o innovadora.

### **Enseñanza del emprendimiento**

Se describe y analiza el perfil que caracteriza el espíritu emprendedor y se estudian las respuestas generadas para determinar la intención emprendedora de los estudiantes, la personalidad, la actitud y el comportamiento de un emprendedor y se determinarán las diferencias en los distintos niveles de avance académico.

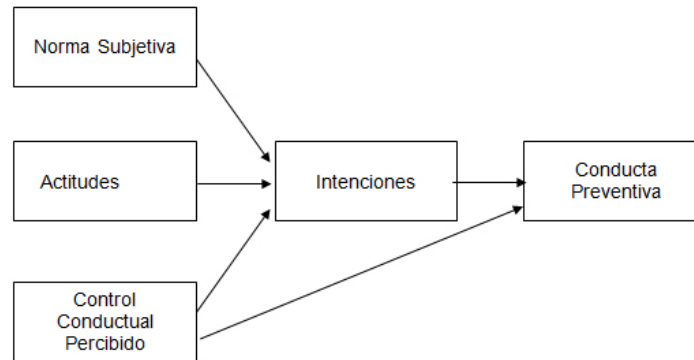
Analizar si la experiencia de cursar la materia desarrollo de emprendedores, hace que aumente o disminuya la intención de emprender y determinar los factores que han permitido alcanzar distinciones y que han promovido el desarrollo del espíritu emprendedor.

### **Intención emprendedora**

La generación de empresas se basa en el desarrollo de gestión del proceso administrativo, se planea, organiza, dirige y controla a través de métodos y normas; es así como la medición del impacto de la Intención Emprendedora se basa en el desarrollo tanto del Modelo, como de la

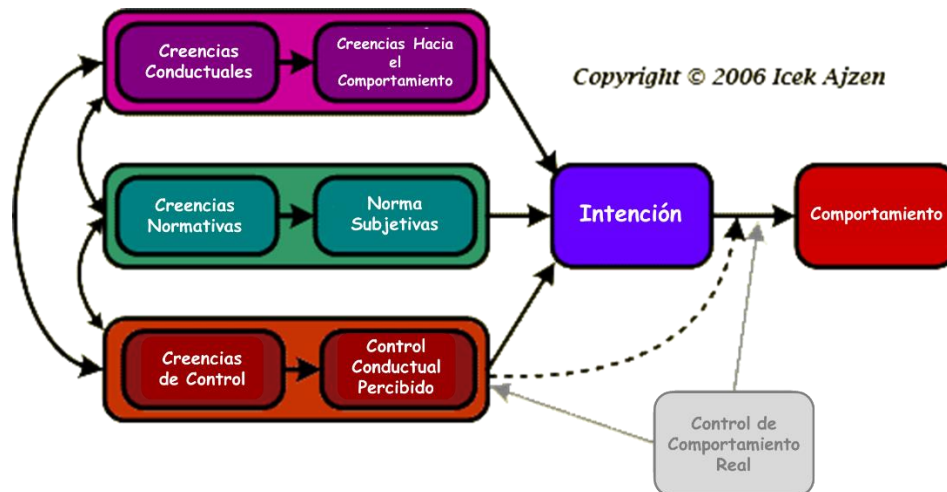
## Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991, 2002)

Estas herramientas han permitido concluir en que la intención depende de la actitud, de la norma subjetiva y del control sobre la conducta que es percibida por cada individuo. Ajzen (1991)



Fuente: Ajzen (1991)

## Intervenciones conductuales basadas en la Teoría del Comportamiento Planificado TCP



Fuente: Ajzen (2016)

### Creencias conductuales

Las creencias conductuales vinculan el comportamiento de interés a los resultados esperados. Una creencia conductual es la probabilidad subjetiva de que el comportamiento produzca un

resultado dado. Aunque una persona puede tener muchas creencias de comportamiento con respecto a cualquier comportamiento, sólo se puede acceder fácilmente a un número relativamente pequeño en un momento dado. Se supone que estas creencias accesibles, en combinación con los valores subjetivos de los resultados esperados, determinan la actitud predominante hacia el comportamiento. Específicamente, la evaluación de cada resultado contribuye a la actitud en proporción directa a la probabilidad subjetiva de la persona de que la conducta produzca el resultado en cuestión.

### **Actitud hacia el comportamiento**

La actitud hacia un comportamiento es el grado en que el desempeño del comportamiento se valora positiva o negativamente. De acuerdo con el modelo de valor esperado, la actitud hacia un comportamiento está determinada por el conjunto total de creencias conductuales accesibles que vinculan el comportamiento con varios resultados y otros atributos.

### **Creencias normativas**

Las creencias normativas se refieren a las expectativas conductuales percibidas de individuos o grupos de referencia tan importantes como el cónyuge, la familia, los amigos de la persona y, según la población y el comportamiento que se estudie, el docente, el médico, el supervisor y los compañeros de trabajo. Se supone que estas creencias normativas, en combinación con la motivación de la persona para cumplir con los diferentes referentes, determinan la norma subjetiva prevaleciente. Específicamente, la motivación para cumplir con cada referente contribuye a la norma subjetiva en proporción directa a la probabilidad subjetiva de la persona de que el referente piense que la persona debe realizar el comportamiento en cuestión.

### **Norma subjetiva**

La norma subjetiva es la presión social percibida para participar o no en un comportamiento. Al establecer una analogía con el modelo de actitud de expectativa-valor se asume que la norma subjetiva está determinada por el conjunto total de creencias normativas accesibles relativas a las

expectativas de los referentes importantes.

### **Creencias de control**

Las creencias de control tienen que ver con la presencia percibida de factores que pueden facilitar o impedir el desempeño de un comportamiento. Se supone que estas creencias de control, en combinación con la potencia percibida de cada factor de control, determinan el control conductual percibido predominante

### **Control conductual percibido**

El control conductual percibido se refiere a las percepciones de las personas sobre su capacidad para realizar un comportamiento determinado. Dibujando una analogía al modelo de actitud de expectativa, se supone que el control conductual percibido está determinado por el conjunto total de creencias de control accesibles, es decir, creencias sobre la presencia de factores que pueden facilitar o impedir rendimiento del comportamiento.

### **Intención**

La intención es una indicación de la disposición de una persona para realizar un comportamiento dado, y se considera el antecedente inmediato de la conducta. La intención se basa en la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y el control conductual percibido, con cada predictor ponderado por su importancia en relación con el comportamiento y la población de interés.

### **Comportamiento**

El comportamiento es la respuesta manifiesta y observable en una situación dada con respecto a un objetivo determinado. Las observaciones de comportamiento individual se pueden agregar a través de contextos y tiempos para producir una medida de comportamiento más ampliamente representativa. En la TCP, el comportamiento es una función de las intenciones y percepciones compatibles del control del comportamiento. Conceptualmente, se espera que el control conductual percibido modere el efecto de la intención sobre el comportamiento, de tal forma que una intención favorable produce el comportamiento solo cuando el control conductual

percibido es fuerte.

### **Control de comportamiento real**

El control real del comportamiento se refiere a la medida en que una persona tiene las habilidades, los recursos y otros requisitos previos necesarios para realizar un determinado comportamiento. El desempeño exitoso del comportamiento depende no sólo de una intención favorable sino también de un nivel suficiente de control del comportamiento. En la medida en que el control conductual percibido sea preciso, puede servir como agente intermediario del control real y puede usarse para predecir el comportamiento.

### **Factores de Emprendimiento**

#### **Creación de Empresa**

- **Crear una Empresa, ser Empresario.** – Probabilidad de llegar a crear una empresa.
- **Esfuerzo.** – Estar dispuesto a esforzarse lo necesario para ser empresario.
- **Seguridad** – Inseguridad personal. – Tener dudas en si alguna vez llegar a crear una empresa.
- **Ser Emprendedor.** – Estar decidido o tener la decisión de crear una empresa en el futuro.
- **Ser Empresario.** – Tener como objetivo profesional ser empresario.

#### **Razones**

- **Decisión de crear su propia empresa,** debido a:
- Alternativa Laboral. – Falta de alguna alternativa mejor, último recurso.
- Aprovechar Oportunidades. – Aprovechamiento de una oportunidad de negocio.

#### **Contexto de la Iniciativa Emprendedora**

## **Gusto y Motivación por Emprender**

- **Gusto por Emprender**, si tuviese la oportunidad y recursos, le encantaría crear una empresa.
- **Satisfacción de ser empresario**, ser empresario le supondría una gran satisfacción.
- **Preferencia por emprender o ser empresario**, entre diferentes opciones, la preferida es ser empresario / emprendedor.

## **Factores que dificultan e inhiben la intención emprendedora**

1.	Falta de capital	Capital Propio
2.	Dificultad para obtener Financiamiento	Financiamiento
3.	Falta de información sobre emprendimiento	Información
4.	Falta de formación empresarial	Falta de Formación
5.	Falta de orientación y apoyo	Falta de Orientación
6.	Incertidumbre sobre el futuro	Incertidumbre
7.	Miedo al fracaso	Miedo – Autoconfianza

## **III. METODOLOGÍA**

### **1.- Objetivos**

#### **Objetivo General**

Analizar las principales dificultades que enfrentan los estudiantes universitarios para emprender.

#### **Objetivos Específicos**

- Analizar si la falta de capital dificulta la intención de emprender.
- Determinar si el desconocimiento de las fuentes de financiamiento entorpece la motivación a emprender.
- Identificar el miedo al fracaso de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración para emprender.

## **2.- Hipótesis**

### **Hipótesis General**

Los alumnos de Licenciatura enfrentan una serie de dificultades que los obstaculiza al tomar la decisión de emprender

### **Hipótesis Específicas**

- Los estudiantes perciben que la falta de capital es la principal razón por la que no emprenden.
- Los alumnos de la FCA no cuentan con herramientas y desconocen de fuentes de financiamiento y apoyos por parte de los estudiantes de la FCA que los impulsan a emprender.
- Los alumnos de la FCA perciben miedo al fracaso que y esto les impide emprender

## **3.- Naturaleza y Métodos**

La naturaleza de la investigación fue mixta, ya que las variables a investigar y su medición es de tipo cualitativo y cuantitativo.

El método de este trabajo es inductivo, ya que se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de los hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, esta aplicación será de carácter general. El método se inicia con el estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones generales y propuestas de solución y mejora.

Correlacional, ya que se identifican relaciones entre las variables que integran la investigación. Existen variables dependientes y variables independientes; desarrollando además de forma Explicativa, dichas relaciones entre las variables evaluadas se identifican: causa (VI) y el efecto (VD) explicando esta relación.

## **Lugar y Tiempo**

La investigación se llevó a cabo en la FCA de la UACH, durante el semestre agosto-diciembre de 2016.

## **Carácter**

Se observan hechos que acontecen actualmente en el ambiente social y educativo y no habrá ningún tipo de manipulación de las variables, por lo que se trata de una investigación no experimental.

El estudio se desarrolla dentro del universo de estudiantes de la FCA de la UACH, se recopilaron datos que contribuyeron al análisis de la evaluación de la Intención Emprendedora alumnos de los semestres 1, 3, 6 y 8º semestre (en este semestre sólo se tomó en cuenta a alumnos que habían cursado la materia Desarrollo de Emprendedores)

## **Diseño**

Tipo de Diseño, transeccional descriptivo, ya que se recolectó la información en un tiempo único.

La investigación es aplicada, ya que identifica una situación o problema y se proponen posibles soluciones e inclusive la generación de nuevo conocimiento.

## **Población de interés,**

Alumnos inscritos en la materia Desarrollo de Emprendedores de las diferentes licenciaturas de la FCA de la UACH, del semestre de agosto a diciembre de 2016.

## **Marco Muestral**

El marco muestral fue determinado de acuerdo con el perfil que tiene la FCA-UACH en cuanto a la competencia de Emprendimiento y la Intención Emprendedora, siendo esta la más enfocada en fomentar dicha competencia.



El Departamento de Servicios Escolares de la Secretaría Académica de la FCA informó la cantidad de acuerdo con la siguiente tabla:

**Tabla 1:**

<b>Campus: Chihuahua</b>		
<b>Modalidad: Presencial</b>		
Semestre		
<b>1ro - 835</b>		
Mujeres	<b>424</b>	<b>50.78%</b>
Hombres	<b>411</b>	<b>49.22%</b>
<b>3ro - 332</b>		
Mujeres	<b>203</b>	<b>61.14%</b>
Hombres	<b>129</b>	<b>38.86%</b>
<b>6to - 295</b>		
Mujeres	<b>170</b>	<b>57.63%</b>
Hombres	<b>125</b>	<b>42.37%</b>
<b>8vo - 237*</b>		
Mujeres	<b>131</b>	<b>55.27%</b>
Hombres	<b>106</b>	<b>44.73%</b>
<b>*Alumnos que cursaron la materia de emprendedor B804 - 199</b>		

**Fuente:** Elaboración Propia a partir de información proporcionada por el Departamento de Servicios Escolares de la Secretaría Académica de la FCA

### **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis fue enfocado a todos los alumnos que reúnen alguna de las siguientes características: 1) Cursen primer semestre, 2) Cursen tercer semestre, 3) Cursen sexto semestre y 4) Hayan cursado la materia Desarrollo de Emprendedores (Octavo Semestre); todos ellos del ciclo escolar agosto-diciembre de 2016.

### **Variable**

La evaluación de los indicadores de la encuesta para determinar diferencias en las variables que constituyen el constructo Intención Emprendedora.

### **Indicadores**

Los elementos de los indicadores de evaluación:

### **Tipo de Muestreo**

El tipo de muestreo fue probabilístico, ya que las unidades de observación o unidades de muestreo tenían la misma oportunidad de ser seleccionados. Los resultados de esta investigación se pueden generalizar al resto de la población escolar.

### **Tamaño de la Muestra**

Con base a lo anterior, se efectuaron el mismo número de encuestas para primer y tercer semestre (160 a cada semestre) y el mismo para sexto y octavo (146 a cada semestre) para dar un total de 612 encuestas.

### **Recolección de Datos**

De campo con apoyo bibliográfico, el modo fue de campo y documental bibliográfico en un amplio análisis de contenidos, enfocando el estudio de los individuos en el ambiente en que se dan las variables de estudio; se utiliza además fuente documental.

El trabajo de campo se llevó a cabo en la FCA de la UACH, en ciudad de Chihuahua, entre los meses de agosto a diciembre de 2016; el trabajo documental, de enero 2016 a julio de 2017

El instrumento de medición para esta investigación fue un cuestionario de escala tipo Likert, en el que se evaluaron los indicadores del proyecto.

### **Codificación de la Información**

Una vez aplicado el cuestionario se utilizó el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) para codificar la información.

### **Análisis de la Información**

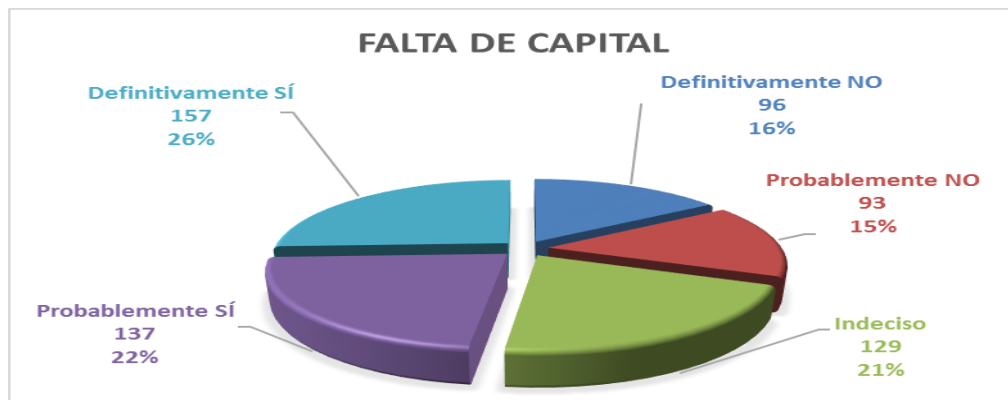
Fue estadístico, por medio de los programas SPSS y Microsoft Office Excel se tabularon los resultados en porcentajes para observar el resultado.

## IV. RESULTADOS

### Interpretación de los Resultados

Para presentar la información se elaboraron tablas y gráficas que facilitaron la interpretación de los resultados de la investigación.

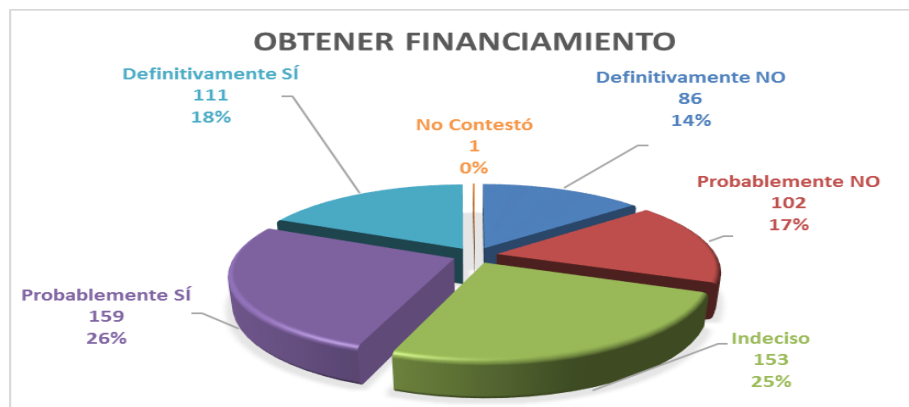
Gráfica 1: Falta de Capital



Fuente: Elaboración Propia

La falta de capital resulta la principal causa de que los estudiantes no emprendan con un 26%, siendo la segunda causa que probablemente sí sea el motivo para no emprender un negocio por parte de los estudiantes de la FCA.

Gráfica 2: Obtención de financiamiento



Fuente: Elaboración Propia

Obtener Financiamiento, el desconocimiento de cómo obtener financiamiento indica que un 26% es la causa principal para no emprender, mientras que en segundo lugar con 25% los estudiantes están indeciso ante el cuestionamiento lo que se puede deber a la falta de información.

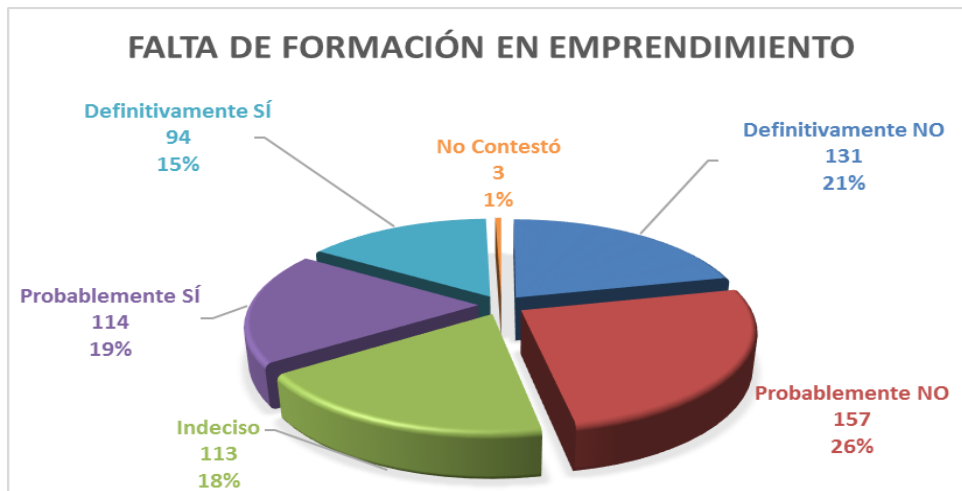
**Gráfica 3: Falta de información sobre emprendimiento**



**Fuente: Elaboración Propia**

Falta de información sobre Emprendimiento, muestra que el 23% probablemente no cuenta con la información suficiente, mientras que en segundo lugar con 22% muestra que probablemente no, así como también fueron indecisos ante el cuestionamiento.

**Gráfica 4: Falta de formación en emprendimiento**



Fuente: Elaboración Propia

Falta de Formación en Emprendimiento, muestra que probablemente no sea la causa para emprender con un 26%, mientras que el 21% aseguran que definitivamente esa no es la causa para emprender.

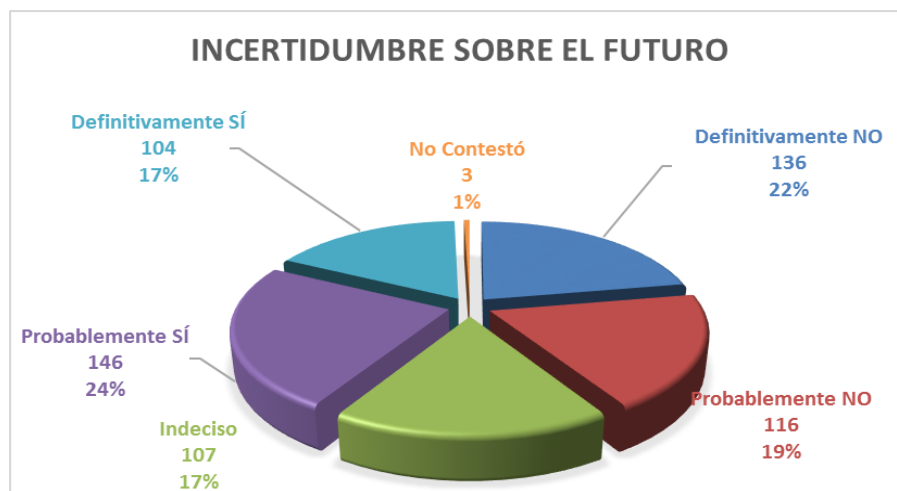
Gráfica 5: Falta de orientación y apoyo



Fuente: Elaboración Propia

Falta de Orientación y Apoyo, representa que el 22% definitivamente no y con igual porcentaje definitivamente sí, es el motivo para emprender, mientras que en segundo lugar otro 20% aseguran que no es el motivo.

Gráfica 6: Incertidumbre sobre el futuro



Fuente: Elaboración Propia

Incertidumbre sobre el Futuro, este factor es un motivo relevante para no emprender con un 24%, mientras que, en contra parte, “definitivamente no” es una causa que representa un 22% de los alumnos; mostrando un equilibrio en las cuestiones de incertidumbre.

**Gráfica 7: Miedo al fracaso**



**Fuente: Elaboración Propia**

Miedo al Fracaso, es un factor que representa el 23% de la opinión, mientras que el 21% se mostraron indecisos ante el cuestionamiento.

La Investigación Científica donde se desarrolla este trabajo puede ser considerada como cualquier tipo de investigación, pero con la necesidad de cumplir con los requisitos de rigurosidad, organización, acciones de comprobación, supervisión y seguimiento a los resultados y en su caso, las modificaciones requeridas; es sistemática, empírica, disciplinada; la investigación debe cumplir con producir conocimiento y teorías, y resolver problemas prácticos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

Para Bernal, el papel de la Universidad debe estar inmersa en la producción de conocimiento, que permita analizar y resolver los problemas sociales; adicionalmente la propia Universidad, menciona, debe promover, generar y difundir el conocimiento por medio de la investigación, ya que todo esto forma parte del servicio que se debe prestar a la comunidad. (Bernal Torres, 2010)

## V. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

### Conclusiones

La presente investigación plantea una hipótesis central la cual dice “Los alumnos de Licenciatura enfrentan una serie de dificultades que los obstaculiza al topar la decisión de emprender.

De manera general se percibe que los alumnos de Licenciatura con una serie de dificultades al momento de emprender tales como la falta de financiamientos accesibles, los apoyos de familiares y amigo, la falta de capacitación y preparación profesional adecuada y la incertidumbre sobre el futuro.

Así mismo esta investigación plantea dos hipótesis específicas la cual la hipótesis uno que dice: “Los estudiantes perciben que la falta de capital es la principal razón por la que no emprenden” la cual se comprueba pues los muchachos manifiestan la falta de recursos como una de las principales causas a no emprender. La hipótesis dos que señala

Los alumnos de la FCA no cuentan con herramientas y desconocen de fuentes de financiamiento y apoyos por parte de los estudiantes de la FCA que los impulsan a emprender se comprueba pues los muchachos señalan que no tienen conociendo a las diferentes formas de financiamiento.....

Y la hipótesis tres que señala que los alumnos de la FCA perciben miedo al fracaso que y esto les impide emprender se comprueba pues los jóvenes manifiestan....

### Recomendaciones

Con el propósito de realizar un cambio en el desarrollo de las capacidades de los jóvenes emprendedores universitarios y combatir las facultades con las que se enfrena al momento de emprender y de acuerdo a al análisis de los resultados y de las conclusiones se recomienda lo siguiente:

- Buscar información de programas gubernamentales y de la misma escuela que apoyan a

los jóvenes emprendedores para capitalizarse.

- Fomentar iniciativas de generación de microempresas de jóvenes, tanto de alto nivel educativo, incubadoras de empresas conectadas con universidades, como de nivel intermedio, microempresas de bienes y servicios para mercados locales.
- Se recomienda que la FCA realice más programas educativos y capacitación sobre emprendimiento para que los jóvenes salga con el espíritu emprender y motivados al salir al mercado enfrentando todos sus miedos y formar emprendedores con los apoyos y orientación
- un mayor esfuerzo por parte de los catedráticos y alumnos de la FCA al momento de cursa la materia de emprendedor puede ayudar a enfrentarse a las dificultades de emprender una vez que haya finalizado sus estudios.
- Se puede dar solución a este problema ofreciendo más prácticas profesionales dentro de las instituciones públicas o privadas con la ayuda de la Facultad y así los estudiantes puedan tener un conocimiento previo de cómo se maneja una empresa.

### **Conclusión y Recomendación Final**

Si se pretende realmente lograr que los estudiantes adquieran o adopten la competencia del Emprendimiento; por lo que será necesario incluir dicho tema de manera transversal en todas las carreras, no sólo en las desarrolladas por Contaduría y Administración, sino en todas las carreras universitarias.

Se pretende, además, proponer nuevas herramientas para la mejora del portafolio de la Materia Desarrollo de Emprendedores en particular y la posibilidad de incluir más materias o temas de enfoque Emprendedor en los currículos de todas las carreras que se imparten en la FCA, así como la forma de acceder a opciones de financiamiento en los tres niveles de gobierno.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32,1-20.
- Ajzen, I. (2014). The theory of planned behaviour is alive and well, and not ready to retire: A commentary on Sniehotta, Priesseu, and Araújo-Soares. *Health Psychology Review*, 9(2), 131-137. doi: 10.1080/17437199.2014.883474
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3a ed.). Bogotá: Pearson Educación.
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship: Strategies and Resources* (4th ed.). Lombard, IL USA: Marsh Publications LLC.
- Global Entrepreneurship Monitor GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional México 2015*. Recuperado el 05 de noviembre de 2017, de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a ed.). México: McGraw-Hill.
- Marín Uribe, R. (2003). *El Modelo Educativo de la UACH: Elementos para su Construcción*. Chihuahua: Universidad Autónoma de Chihuahua.
- Olmos Arrayales, J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*. (P. M. Rosas, Ed.) México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Real Academia Española. (2014). Recuperado el 21 de Enero de 2015, de [http://www.rae.es/sites/default/files/Dossier\\_Prensa\\_Drae\\_2014\\_5as.pdf](http://www.rae.es/sites/default/files/Dossier_Prensa_Drae_2014_5as.pdf)
- Sanabria, J. A. (2010). *Innovación para la generación de la idea de negocio*. Bogotá:

Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO.

- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland III, A. J. (2012). *Administración Estratégica: Teoría y Casos* (18a ed.). México: Mc Graw-Hill Interamericana.

- UACH. (2008). *Modelo Educativo UACH*. Recuperado el 03 de enero de 2015, de [http://uach.mx/academica\\_y\\_escolar/modelo\\_educativo/2008/05/21/modelo\\_educativo\\_uach/](http://uach.mx/academica_y_escolar/modelo_educativo/2008/05/21/modelo_educativo_uach/)