

## **Emprendimiento, una propuesta de incorporación curricular en el modelo educativo a nivel superior, Temascaltepec, México 2017**

### **Entrepreneurship. A syllabus-adding proposal for the college educative model. Temascaltepec, 2017**

DOI: 10.34140/bjbv3n2-028

Recebimento dos originais: 04/01/2021

Aceitação para publicação: 31/03/2021

#### **Manuel Antonio Pérez Chávez**

Doctor en Ciencias de la Educación por el Colegio de Estudios de Posgrado de la Ciudad de México, México

Institución: Universidad Autónoma del Estado de México/Centro Universitario UAEM Temascaltepec-CU UAEM Temascaltepec.

Dirección: Carr. Toluca \_ Tejupilco Km. 67.5, Barrio de Santiago, 51300 Temascaltepec de González, Estado de México.

Correo electrónico: maperezch@yahoo.com.mx

#### **Marcela Jaramillo Jaramillo**

Doctora en Contabilidad y Auditoría por la Universidad de Cantabria, España

Institución: Universidad Autónoma del Estado de México/Centro Universitario UAEM Temascaltepec-CU UAEM Temascaltepec.

Dirección: Carr. Toluca \_ Tejupilco Km. 67.5, Barrio de Santiago, 51300 Temascaltepec de González, Estado de México.

Correo electrónico: lc\_marce@yahoo.com.mx

#### **Daniel Cardoso Jiménez**

Doctor en Educación por la Escuela Libre de Ciencias Políticas y administración Pública de Oriente Jalapa Enríquez- Veracruz de Ignacio de la llave, México

Institución: Universidad Autónoma del Estado de México/Centro Universitario UAEM Temascaltepec-CU UAEM Temascaltepec.

Dirección: Carr. Toluca \_ Tejupilco Km. 67.5, Barrio de Santiago, 51300 Temascaltepec de González, Estado de México.

Correo electrónico: dcj400\_@hotmail.com

#### **Francisco Jaimes Millán**

Maestro en Administración de Negocios, por la Universidad Autónoma del Estado de México

Institución: Universidad Autónoma del Estado de México/ Centro Universitario UAEM Temascaltepec-CU UAEM Temascaltepec.

Dirección: Carr. Toluca - Tejupilco Km. 67.5, Barrio de Santiago, 51300 Temascaltepec de González, Estado de México.

Correo electrónico: Fra\_jami@hotmail.com

## **RESUMEN**

La promoción del emprendimiento es una de las prioridades de la sociedad. En este contexto, la Universidad juega un papel esencial como impulsora del emprendimiento entre los estudiantes, por ello la presente investigación se llevó a cabo en el Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México, a través del método cualitativo con un enfoque exploratorio – descriptivo – explicativo, ya que el primero busca entrar en contacto con el tema para una mayor profundización y

comprensión del estudio, que a su vez sirve de base para el descriptivo que buscó las características y análisis de factores sociodemográficos que referencia los hechos o contextos que ha vivido el individuo que tiende a impulsar la actitud emprendedora, el segundo a factores psicológicos y el tercero a factores socioeconómicos que interpretan la tendencia a la inversión y al ahorro. Por lo que se concluye por el reflejo del análisis, fomentar la actitud emprendedora a través de un modelo educativo transversal o interdisciplinario que incorpore a los estudiantes desde los primeros semestres, esto es, que se involucre como política desde la administración y como acción curricular en todos los niveles, abordando los tres elementos básicos de toda investigación educativa: la componente cognitiva, didáctica y epistemológica y con ello satisfacer la premisa de que el alumno a través de su proceso de enseñanza entendió y asimiló el aprender a aprender, esto es, si adquirió la capacidad de reflexionar en la forma en que se aprende y actuar en consecuencia, que auxiliados por el enfoque constructivista ofrece a la Educación Basada en Competencias, poner en el centro del acto educativo, el aprendizaje y la actitud del estudiante para la búsqueda y la construcción de lo significativo.

Se necesita un profundo cambio en el esquema actual enseñanza-aprendizaje, cambiando la actitud pasiva del alumno receptor., por otra de educación activa.

**Palabras clave:** Actitud, Emprendedor, Estudiantes, Educación, Centro Universitario

## ABSTRACT

One of the nowadays society's priorities is the entrepreneuring promotion. On this line, any university's role on this matter is fundamental to propell the student's projects. With this in mind, the Temascaltepec University Centre from the Autonomous University of the State of Mexico carried an investigation on this issue. It was made through an explorative-descriptive-explaining focus and supported by a qualitative method developed this research. The first step, the exploration, was important to get in touch with the topic and to deepen the notions and the reach. Secondly, as the descriptive element requests, the goal was to understand the referential facts and the sociodemographic aspects which come into play when the entrepreneuring attitude appears, but also those psychological and socioeconomical features that considered when speaking of investment and savings. All this come in handy at the third moment, when it was necessary to provide and explanation.

It can be concluded according to the research that is beneficial to nurture the entrepreneur attitude through a transversal and interdisciplinary educative model which exposes the students from early semesters to these elements. Students should be in the middle of the action when talking about administration and different activity plans. Evidently, a proposal like this cannot forget the three elements for any educative research: the cognitive, didactive, and epistemological aspects –clear signs that the students were capable to acquire the *learn to learn* element, reflecting on their own way a path to achieve knowledge and, consequently, take action against any difficulty or barrier which blocks it.

Its no surprise that the related elements, such as the constructivist perception on education and knowledge, provide to Competence Based Education a firm ground. Also, it places in the centre of the educative process, the quest to find the meaningful knowledge –or the process to complete its construction-.

Finally, its is urgent a full rearrange of the actual teaching-learning process, where the pasivity of the student must be shifted to an active conception of the student's role.

**Keywords:** Attitude, Entrepreneur, Students, Education, University Center

## 1 INTRODUCCIÓN

La universidad juega un papel esencial como impulsora del emprendimiento entre los estudiantes universitarios de ahí que el conocimiento de los factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos que infieren en el espíritu emprendedor pueden ser considerados en la componente

didáctica y en ello la reorientación de dicha actividad al incorporarse curricularmente. De hecho, el impacto económico de las empresas creadas por graduados universitarios es más significativo que en el caso de los no graduados. En los últimos años, la promoción del emprendimiento se ha convertido en una de las prioridades de la sociedad. Esta tendencia se debe al reconocimiento de la creación de empresas como la fuerza impulsora del crecimiento económico, de la creación de empleo y de la innovación (Acs y Audretsch, 1988; Birch, 1979; Drucker, 1985; Kirchoff y Phillips, 1988; Parker, 2004; Wennekers y Thurik, 1999). En este contexto, los emprendedores universitarios producen más empleo que los no universitarios como bien lo señala Dietrich, (1999). En este sentido Ezagutzen (2011), señala que al comparar emprendedores universitarios y no universitarios hallaron que los universitarios crearon empresas más innovadoras y de alta tecnología, y que sus inversiones eran mayores al citar a Richter y Schiller.

Dado el peso de los emprendedores universitarios en el crecimiento económico, la universidad se perfila como una de las fuerzas impulsoras del emprendimiento. La importancia del emprendimiento en la universidad se aprecia en Estados Unidos, donde las universidades más prestigiosas se caracterizan por el alto número de emprendedores entre sus graduados. La fuerza de dichos emprendedores universitarios es tal que si las 4000 empresas fundadas por graduados y profesores del Massachusetts Institute of Technology formaran una nación independiente, estas empresas convertirían a la nación en la 24<sup>a</sup> mayor economía del mundo (Ayers, 1997).

El modelo educativo convencional no está respondiendo a reformas encaminadas a provocar cambios en habilidades, actitudes, valores, conductas y formas de vida hacia el desarrollo de la actitud emprendedora (AE), observancia, que sólo se logrará cuando incorporemos en la educación, esta extensión como visión constructivista, transversal y curricular en el sistema educativo. Para abordar esta postura se demanda que la acción señalada, parta como política desde la administración central de las universidades y se instrumente en su acción, vía la construcción de una estrategia didáctica en el modelo de diseño curricular, con la cual se puede inducir la AE, y se incorpore con carácter sistémico en la vida escolar y adquiera el aprendizaje significativo que la noción demanda; Planteamiento que conducen a Sauvé (1997), al señalar que las diferentes concepciones, al incluirlas en el currículum, se observa que cada concepción demanda diferentes saberes. Por lo anterior, y dado que la AE no ha respondido a las expectativas esperadas al estar incorporada de manera disciplinaria, como así lo sustenta Yus (2005), al señalar que los conocimientos tratados de manera disciplinaria que se transmiten en los centros educativos nunca han tenido valor por sí mismo, ni siquiera en dichos centros. Los estudios no han sido definitivos a este respecto. Por ello, el presente trabajo tuvo carácter exploratorio, con el objetivo de conocer el comportamiento emprendedor hacia la creación de empresas a través de la formación que est n recibiendo los estudiantes universitarios. Se trató de analizar como la actitud evoluciona a medida que ellos avanzan en el desarrollo de su ciclo formativo, con base a: los factores sociodemográficos, psicológicos y socioeconómicos, que

como producto de su medio cultural y educativo ha impedido superar la memorización y como tal dar cabida al pensamiento creativo y divergente. Referentes que nos conducen a que la dimensión actitudinal, debe ser abordada como unidad didáctica, y estudiada desde numerosas perspectivas para que en conjunto generen una cultura de vivencia escolar, y permita beneficiarse de la rica experiencia y profundidad de cada una de las áreas curriculares. Asumiendo los fundamentos y anteriores, y considerado que la teoría de las situaciones didácticas, está basada en una aproximación constructivista la cual actúa bajo el principio de que una noción se construye en el ambiente de la enseñanza, y bajo el marco de las situaciones didácticas de Brousseau, citado por Camarena (2001, pp. 41-42). Quien expresa que:

...una noción aprendida no es utilizable sino en la medida en la que ella es relacionada con otras, esas relaciones constituyen su significación, su etiqueta, su método de activación. Empero, no es aprendida si no es utilizable y utilizada efectivamente, es decir, solo si es una solución de un problema. Tales problemas, junto con las restricciones a las que la noción responde, constituyen la significación de la noción...

A lo cual Albert, (1996, p. 50) citado por Camarena (2001, p.42) lo reinterpreta y manifiesta como: “una situación didáctica implica una interacción del estudiante con situaciones problemáticas, una interacción dialéctica, donde el sujeto anticipa y finaliza sus acciones y compromete sus conocimientos anteriores, los somete a revisión, los modifica, los complementa o los rechaza para formar concepciones nuevas”.

Posturas que nos permiten confirmar que la AE, al ser abordada bajo un enfoque disciplinario en el diseño curricular de la educación, no permite lograr que dicha educación construya competencias profesionales y mucho menos logre, el aprender a vivir juntos, constructo pilar de la educación del siglo XXI, a saber de Delors, y que a postura de Yus (2005, p. 157), es el que mejor se conecta con la mayoría de los temas transversales y con la transversalidad como filosofía educativa.

## 2 REVISIÓN DE LITERATURA

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 de la creación del autoempleo.

El consejo europeo de Lisboa de marzo de 2000 definió la educación en el espíritu emprendedor como el motor necesario para una cultura empresarial más dinámica, y el Consejo de Ministros de Educación de la Unión Europea, de febrero de 2001, señaló entre los objetivos futuros de los sistemas educativos, el desarrollo del espíritu de empresa en la educación.

La propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades deben obligarse de forma creciente a la incorporación de carácter curricular en sus planes de estudio, la dimensión emprendedora e innovadora. Por lo que atribuyendo que la universidad es

cada vez más consciente de que puede y debe adoptar un papel más activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, 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 la vida, la creatividad, la innovación, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad de aprender a aprender y aprender a emprender.

Durante los últimos años, algunos investigadores han desarrollado una serie de estudios relacionados con la creación de empresas, en las 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.

Prado y Júnior (2002), señala que son muchos los autores que han tratado de definir al emprendedor a lo largo del tiempo, citando a Castillo (1680-1734) como el primero que lo describe como una persona que quería asumir riesgos para llevar a cabo una acción y así obtener un beneficio. Igualmente Schumpeter (1934) identifica al emprendedor como una figura importante en el desarrollo económico, al diferenciar al gerente del emprendedor, que este es el que innova. Para él la innovación consiste en utilizar el conocimiento disponible para producir y/o comercializar un nuevo producto y/o realizar una adaptación de uno ya existente, o bien como “una persona que percibe una oportunidad y crea un nuevo negocio con ella”.

De ahí la importancia de que la educación tiene una responsabilidad central en identificar factores, señales, aptitudes que apunten hacia un emprendedor, para que didácticamente se trabaje en la construcción o desarrollo de un emprendedor.

Se han hecho estudios sobre el espíritu emprendedor hacia los años setenta del siglo pasado, pero es a partir de los ochenta cuando se puede decir que surge el interés por el tema, adquiriendo un importante desarrollo durante la década de los noventa. El espíritu emprendedor es de vital importancia para el crecimiento y desarrollo económico, lo que justifica que se ponga interés especial sobre éste término, como un factor importante para el éxito de las economías capitalistas (Hornaday, 1992).

Si el objeto de estudio es la actitud o espíritu emprendedor, tal vez el punto de partida debería ser definir este correctamente, ya que se trata de un concepto que suscita controversia (Grebel et. al., 2001), ya que los investigadores que han trabajado sobre el espíritu emprendedor han coincidido en que no existe un acuerdo sobre el término.

Por su parte Kirzner (1973) define el espíritu emprendedor como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales y explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio.

Ese estado de alerta dependerá del deseo por parte de la persona de convertirse en empresario y de la intención que tenga para hacer realidad ese deseo.

Autores como Robinson y Sexton (1994) encontraron que los empresarios tenían un nivel de educación mayor que los asalariados.

Storey, (1994); Reynolds y White, (1997), sugieren que existe una correlación positiva entre el nivel de educación formal de un sujeto y su decisión de crear una nueva empresa, por otro lado Gennero y Liseras, (2001), marcan que ello se traduce en que la probabilidad de entrada a una actividad independiente se incrementa, tanto para desempleados como para empleados, con nivel educativo, asimismo, aquellos individuos con un nivel educativo más elevado tienen mayores posibilidades de éxito, no sólo en la implementación de un nuevo emprendimiento, sino también en la supervivencia en las etapas tempranas de la nueva empresa, período crítico de las mismas.

Crant (1996) realizó un estudio sobre intenciones emprendedoras en estudiantes. Analizo la variable educación y planteo la hipótesis que dicha educación estaría positivamente asociada con las intenciones emprendedoras. Al respecto encontró que los estudiantes de reciente ingreso reportaron más altas intenciones emprendedoras que los estudiantes de titulación profesional.

De acuerdo con lo anterior, la investigación realizada por Álvarez y Jung (2004), afirma que cuanto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las instituciones de educación superior, más probabilidades habrá de que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y, de esa forma, contribuir al desarrollo de la economía. Liseras, Gennero y Graña (2003), en el trabajo, “los factores asociados a la vocación emprendedora de alumnos universitarios, encuestando 948 alumnos de ingeniería y economía y administración de 9 universidades y 14 facultadas de provincia de Buenos Aires, encontró que el 35 % de alumnos encuestados poseen vocación emprendedora en mayor proporción los estudiantes de universidades privadas, destacando en mayor proporción los hombres, en donde la propensión al riesgo se encuentra más asociada al espíritu emprendedor”.

Toledano (2004), reporta una inexistencia de asociación entre la percepción de la viabilidad y el papel de la universidad en el estímulo de la creación de empresas, aunque fueron mayoritarios los alumnos que consideran que la universidad fomenta el proceso emprendedor. Por ultimo concluyó que existe una relación asociativa entre la intencionalidad de crear una empresa y las variables sexo, experiencia laboral y conocimientos específicos.

Krauss (2005), al medir la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Uruguay encontró que los alumnos de carreras empresariales se inclinan más por la creación de empresas, destacando dentro de los factores psicológicos, un mayor control interno percibido y planificación, apreciando también en el factor sociodemográfico, que no porque el alumno cuente con un empresario directo en la familia, él será poseedor de la actitud emprendedora.

Toledano (2006), al estudiar las actitudes hacia la creación de empresa propia, encontró que el fomento de la creación de empresas entre sus estudiantes se encuentra en una fase incipiente, asimismo que el 57.3% no perciben que la institución realice una labor de estímulo. La mejor predisposición hacia

la creación de empresas la encontramos entre alumnos de sexo masculino, con conocimientos sobre creación de empresas y con familiares o amigos empresarios, además los que cuentan con experiencia laboral manifiestan una mayor intencionalidad. Por tanto, aun que se percibe una mayor sensibilidad de la institución universitaria hacia el proceso emprendedor, se comprueba que la actitud de los universitarios hacia esta opción de carrera se mantiene aún reservada.

Delicio (2006), establece que solo en la medida, en que las escuelas estructuren estrategias que fomenten la actividad emprendedora y a su vez enfatizen como medida, generalizar las prácticas de extensión universitaria, tanto para profesores como para alumnos, en temas de apoyo a micro emprendedores podrá avanzar esta dimensión.

Vallmitjana (2008), Al realizar una evaluación del emprendimiento de graduados de del instituto de Barcelona, encontró que existe un total de 147 empresas creadas por emprendedores egresados. Aproximadamente el 60% solo ha creado una empresa, mientras que el 40% son emprendedores habituales, es decir, han creado más de una empresa existiendo un aumento del número de empresas creadas por egresados de dicha universidad, esto se debe en cierta medida a las nuevas titulaciones impartidas en el campo económico- social.

Espíritu y Sastre (2008), al revisar los factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España a efecto de detectar las características que influyen positivamente en la intención emprendedora de estudiantes universitarios encontró: que la variable género, presentó un efecto altamente significativo, los hombres mostraron una actitud claramente superior que las mujeres; en el entorno del desarrollo de los estudiantes no tiene ninguna relación con la actitud emprendedora, tampoco se encontró relación en cuanto a la posición que se ocupa entre los hermanos. Por lo que se refiere a la influencia de familiares empresarios de estudiantes, existe una relación altamente significativa. Con relación a la experiencia previa adquirida en trabajos anteriores, no tuvo un valor significativo a la hora de emprender como también en los rasgos de amabilidad y personalidad, no así para los rasgos de control interno y necesidad de logro, en donde mostraron una relación positiva con la actitud emprendedora.

Díaz et al (2009), al estudiar los factores psicológicos: Motivación al logro, propensión al riesgo, capacidad de organizar, locus de control interno, capacidad de innovar, negociación y persuasión en estudiantes de diferentes niveles encuentra que: Los alumnos de 1º año dicen que la motivación al logro es importante, los de 2º año opinan que capacidad de innovar es determinante, los de 3º expresan que ambos son importantes, mientras que los alumnos de 4º y 5º año dicen que la negociación y persuasión es lo más importante para desarrollar actitud emprendedora, así como el compromiso ético, el compromiso con la calidad y la valoración y el respeto por la diversidad.

Cáceres y Cohene (2010), al analizar la actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa, sede

Encarnación Paraguay, deduce que la existencia de antecedentes familiares de carácter empresarial no necesariamente influye para que exista la viabilidad, el deseo y la intención de crear nuevas empresas de parte de los encuestados, sin embargo es de llamar la atención que el 98 % de los estudiantes tienen el deseo de contar con propia empresa, que bien puede atribuirse a que la Universidad en su estructura y política empresarial proporciona, a sus estudiantes los conocimientos, herramientas necesarias para llevar adelante sus propias empresas.

Loli, Et al (2010), numera, que al aplicar un inventario de creatividad y emprendimiento, buscando encontrar actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería de Perú y su relación con algunas variables sociodemográficas, encontró que la creatividad e iniciativa no es solo un componente del emprendimiento, sino que los estudiantes consideran que es la antesala del emprendimiento.

Martínez (2011), al analizar el factor psicosocial, cultural y socioeconómico en la configuración de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios encontró que los estudiantes se ven moderadamente capaces de llevar a cabo los diferentes aspectos que supone emprender; en donde la mayoría considera importante la opinión familiar para poder emprender, además de considerar que las barreras relacionadas con el financiamiento y el capital, junto con la falta de experiencia son críticas a la hora de emprender, mostrando mayor interés en emplearse en una empresa privada en relación a crear su propia empresa.

Gutiérrez Et. al (2011), al revisar el potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – Centro universitario de los Altos – un análisis corporativo para mostrar una evidencia real de las capacidades emprendedoras del alumnado de ambos centros, encontró que, respecto a la fortaleza entre las dificultades, los alumnos presentaron porcentajes que para el caso de ambos centros determinan la presencia potencial de una disposición positiva de poder sobrellevar situaciones adversas que pudieran presentárseles, así como la observancia en la existencia de deficiencia en la capacidad para asumir riesgos por parte de los estudiantes, al igual que en la capacidad para tomar decisiones. En cambio en la capacidad de aprendizaje presentaron en términos generales un nivel adecuado de esta competencia, sin embargo en la necesidad de logro reflejan una presencia adecuada de empeño, concluyendo que las universidades deberían de iniciar por capacitar a los docentes para que provean a los estudiantes de dichos conocimientos.

Mora (2011), en su estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas en donde su objetivo de determinar algunas actitudes que han influenciado el emprendimiento en egresados de la Universidad Jorge Tadeo Lozano sede Bogotá, a través de la formación, encontró que la autoestima fue el más elevado de todos los factores con un promedio de 91%. El promedio de innovación fue de 85.92%, lo cual señala que los emprendedores de la raras veces siguen instrucciones. La motivación de logro se encuentra en un tercer lugar con un promedio de 84.25%. El subfactor afectivo señala que se

sienten apasionados por observar que su trabajo se encuentra entre los mejores. El promedio de control percibido interno fue 78.27%, lo cual indica que tienden a mejorar sus acciones y tienen menos emociones negativas: sus estrategias se encuentran más orientadas a la tarea que a la emoción.

Espíritu (2011) , en su trabajo en la Universidad de Colima, México, observa que la intención emprendedora en estudiantes a través de los rasgos de personalidad, concluye que la variable por semestre presenta un efecto significativo en cuanto a que conforme avanza el estudiante en sus estudios, la intención de crear su propia empresa, va disminuyendo, así como, que la influencia de familiares no indica la inexistencia de una relación, como también, que en los rasgos de personalidad, el locus de control interno presenta una influencia altamente significativa.

Fernández Et al (2012) , en su estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de ciencias económicas empresariales de Cantabria España, concluyó, que entre la ocupaciones de asalariado, profesional independiente y empresario, la opción más valorada es la de empresario, en donde la imagen que la sociedad tiene del empresario influye en el estudiante en su decisión de crear una empresa, por otro lado observa que existe una relación significativa entre el hecho de pensar seriamente en crear una empresa, además de la formación y experiencia, determinando que la red de contactos empresariales tiene una relación significativa con la decisión del universitario de fundar su propia empresa, al mismo tiempo que la actitud emprendedora de los estudiantes presenta una influencia desde la educación en sus propios hogares en cuestión financiera.

López Et. al (2012), Al analizar la influencia que tiene la edad de los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora, del Centro de Negocios instalado en la Universidad Autónoma de Nayarit, encontró que la edad promedio de los jóvenes interesados en crear una empresa propia es de 20 y 25 años, al mismo tiempo que los jóvenes estudiantes o recién egresados manifestaron el deseo (89.34%), la viabilidad (58%) y la intención un (33%).

Coronel (2012) , Al buscar las diversas problemáticas que enfrentan el egresado de educación en su incorporación al mercado laboral, encuentra que la educación pública en México no se ha modernizado al proceso de globalización, se necesitan crear alumnos que valgan por lo que hacen con lo que sepan y no que valgan únicamente por lo que sepan. La universidad debe redoblar esfuerzos para aumentar los vínculos con el sector empresarial. Las universidades deben de analizar los planes estudiantiles a fin de dar un perfil emprendedor al egresado y reducir de esta manera el índice de desempleados en el país. El gobierno federal debe de incentivar al emprendedor de tal manera que se sienta motivado de crear su propia empresa y oportunidades de trabajo para más personas.

Moreno (2013), Al analizar los factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios, encontró que las características sociodemográficas resultaron ser significativas para la intención emprendedora de los estudiantes.

De Jorge (2013), al investigar los factores que influyen en la intención emprendedora de los

estudiantes universitarios de la Licenciatura y Grado de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Alcalá España, encuentra que las características personales de los alumnos en términos de la edad, género y la existencia de algún familiar empresario han resultado ser significativas con diferentes signos en función del nivel de intención emprendedora

Kantis, Federico, & Ibarra (2014) , afirman que el rol del sistema educativo en la formación de personas con capacidades emprendedoras es una cuestión muy importante, puesto que los jóvenes pasan largas horas de su vida en espacios formativos que pueden ser aprovechados para desarrollar sus vocaciones y orientarse en el camino al emprendimiento. Por ejemplo, un estudio realizado en Estados Unidos sobre las causas por las que un emprendedor falla, muestra que la principal razón tiene que ver con la falta de conocimiento y habilidades de administración o mercadotecnia con 46%, por arriba de la falta de capital con 30% (Gallegos, Grandet, & Ramírez, 2014).

Jaimes M. F. (2016), infiere que la actitud emprendedora puede considerarse como una disciplina académica en formación, sin embargo, es necesario apoyarse de áreas que complementen estas actividades, en este contexto, concluye que la universidad puede impactar positivamente para despertar la actitud emprendedora en sus estudiantes a través de sus planes, programas y personal docente. Adicionalmente, continúa señalando, que en el campo de la educación emprendedora, es necesario introducir cambios en la formación docente, de manera que los profesores se conviertan en verdaderos agentes de cambio, así como también trabajar con los prejuicios ideológicos de las autoridades educativas que generan resistencias y bloquean la posibilidad de avanzar en la misma dirección; planteamiento que se alinea a lo señalado por Kantis, Federico, & Ibarra, (2014), quien establece que: “Es importante que el docente posea una actitud emprendedora. Esto no significa necesariamente que los profesores cuenten con sus propios negocios, sino que tengan pasión por la enseñanza. Un docente emprendedor es receptivo, flexible, seguro y responsable, además de que ocasionalmente, rompe las reglas; sigue un plan de estudios flexible y adaptable y; se inclina por una educación interdisciplinaria basada en proyectos, con esto orienta el programa de aprendizaje hacia la realidad.

Pérez G. P. (2016), al trabajar en la identificación de las perspectivas empresariales de los estudiantes, egresados y docentes de la licenciatura en Informática Administrativa del Centro Universitario UAEM Temascaltepec, obtuvo que las variables y/o factores que resultaron significativas, esto es, que son limitativas, en los alumnos fueron, en las sociodemográficas: la edad, en las psicológicas: autoestima, innovación, riesgo y tolerancia a la ambigüedad y en las socioeconómicas: la tendencia al ahorro y a la inversión. En cuanto a los egresados se obtuvo en las socioeconómicas: tendencia en el ahorro; y en el análisis de los docentes, en las variables socioeconómicas: tendencia al ahorro y a la inversión.

Jaramillo B. L. (2016), al Identificar las perspectivas empresariales de los estudiantes, docentes y egresados de la licenciatura en derecho en el Centro Universitario UAEM Temascaltepec 2015, encontró que las variables que resultaron significativas en alumnos fueron: en las sociodemográficas; la percepción

del tiempo considerado para que el negocio genere ganancias, la experiencia laboral y la influencia que tienes los miembros de la familia en el emprendimiento, en las socioeconómicas resaltó, el hábito del ahorro y en las psicológicas, la tolerancia a la ambigüedad y riesgo. En cuanto al docente, encontró en las variables psicológicas significancia en la innovación, motivación de logro, riesgo y tolerancia a la ambigüedad. En egresados, resulto significativo en el factor sociodemográfico: el género, el estado civil y el nivel de estudios alcanzado por sus padres, en lo socioeconómico destaca el hábito de ahorro y en las psicológicas: innovación, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

Sánchez O.E. (2016), en su trabajo, factores socioeconómicos como determinantes de la actitud emprendedora de los estudiantes, docentes y egresados de la licenciatura de administración, de Universidad Autónoma del Estado de México campus Temascaltepec, observa, para el caso de las variables socioeconómicas que las que más influyen en la actitud emprendedora de los egresados están: que es más seguro ahorrar el dinero que invertirlo, desarrollo de retos, la ayuda de un mentor para identificar oportunidades, la falta de capital y las recompensas económicas.

El primero de ellos nos permite determinar que los egresados carecen de una de las características importantes del emprendedor. Quizás eso se deba a la falta de una idea clara y es por ello que considera importante la ayuda de un mentor para identificar o aclarar una opción de negocio que sea productiva.

### **3 LA UNIVERSIDAD Y LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA**

Heinrich, 1999 (citado por Ariño, 2011) menciona que es tal la importancia de la universidad en la formación de un estudiante emprendedor, que el impacto económico derivado de las empresas creadas por graduados universitarios es más significativo que en el caso de los no graduados, así los datos avalan que los emprendedores universitarios producen más empleo que los no universitarios.

Es por ello que la universidad moderna debe ser un lugar donde se generen nuevas ideas y pensamientos que transformen la sociedad, generando un joven sin complicidad con el pasado (Pérez, 2006).

Mercedes G. A. y Gracia G. M. (2008), señalan “la importancia del rasgo psicológico locus de control, además de género, edad y educación que ejercen sobre la actitud hacia el empleo el cual al ser asociado con la decisión de inversión en capital humano, es decir, con la decisión individual de comprometer recursos y esfuerzos en un mayor enriquecimiento formativo, mismos que al ser detectados en su fase formativa bien pueden ser aprovechados para afrontar los puntos débiles que limitan el desarrollo psicológico y de mercado de trabajo del individuo”.

Un gran número de universidades, han advertido la trascendencia de desarrollar la capacidad emprendedora. Prueba de ello, como lo cita Jaimes (2016), al referenciar las universidades de España (Deusto, Alcalá, Cantabria y Madrid); tres Universidades de Argentina (Buenos Aires, Mar del Plata y Universidad Nacional de Santiago del Estero); una de Paraguay (Itapúa, en Encarnación); una de Perú

(Universidad Nacional Mayor de San Marcos); una de Colombia (Universidad Jorge Tadeo Lozano en Bogotá); y dos de México (Universidad del Estado de México, Campus Temascaltepec, Tejupilco y la Universidad de Colima).

Cada vez es mayor el consenso que existe en el rol de la Universidad como formadora de emprendedores. Laukkanen (2000), considera que para las universidades, el hecho de formar emprendedores, se podría considerar la “tercera obligación”, actuando como motor de desarrollo y de transferencia de la tecnología. El hecho de que asuman esta obligación hará que la enseñanza de emprendimiento produzca una mayor creación y crecimiento de empresas, traduciéndose en un importante progreso regional.

Gibb (2002), considera la formación de emprendedores es fundamental para la sociedad en su conjunto, a tal punto, que no debería de enseñarse sólo en las Escuelas de Negocios sino que debería de abarcar a toda la Universidad.

De acuerdo a la investigación realizada por Álvarez y Jung (2004), cuánto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las instituciones de educación terciaria, más probabilidades habrá que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio y de esa forma contribuir al desarrollo de la economía.

Aronsson (2004), al realizar una entrevista a David Birch, investigador de pequeñas empresas y emprendedores, explica que los únicos contenidos que deberían enseñarse en la Universidad son: ventas, relaciones humanas y la búsqueda de oportunidades, a fin de que el emprendedor desarrolle como habilidades, ya que continuamente va a vender sus ideas a diferentes personas (tanto financiadores como compradores), además el hecho de tener habilidades interpersonales le ayuda a motivar a los empleados para que den todo de sí y así lograr que la empresa crezca. Aronsson (2004), manifiesta que no es necesario aprender a hacerlo ya que se puede contratar a una persona que lo haga además de señalar, que la teoría de Piaget sigue vigente para la enseñanza del emprendimiento, en la cual la persona aprende mejor luego de la asimilación y la acomodación que nos lleva a una inteligencia operativa. Esta teoría se reafirma con lo aportado por Shepherd (2004), que considera óptima la forma de aprender a través de las emociones y de superar los fracasos. En su investigación explica los diferentes tipos de metodologías que se pueden utilizar en el aula como: juegos de simulación, role-playing, escribir diarios, entrevistar a personas que han fracasado y manifiesten como superaron esa vivencia. Se trata que el alumno viva el fracaso como real y lo intente superar. La crítica que se le hace a este modelo es que el hecho de dar tanta importancia a vencer el fracaso puede desalentar a los estudiantes a que inicien una nueva actividad o negocio.

Con respecto a la búsqueda de oportunidades, De Tienne y Chandler (2004), a través de una investigación realizada, confirman que la misma puede ser enseñada en el aula obteniéndose buenos resultados y que lo importante es saber reconocer cuando aparece la idea, anotarla y luego desarrollarla.

El modelo dinámico de Minniti (2001), explica que los emprendedores aprenden de los errores

cometidos. Es decir, en base a su experiencia exitosa o no, volverán o no a reproducir las mismas conductas. Las decisiones tomadas con anterioridad van dejando un camino que predispone a la toma de decisiones futuras.

Siguiendo el mismo camino Chell y Allman (2003), manifiestan que no solamente es posible enseñar el emprendimiento sino que el mejor modo hacerlo es a través del incidente crítico. Lo han aplicado en universidades con estudiantes y luego han analizado su inserción en el mercado laboral, ya sea en empresas ya formadas como en nuevas, siendo fundamental el rol que cumple el monitor que apoya todas las vivencias.

Espíritu y Sastre (2007), consideran que la institución universitaria puede desempeñar una relevante función en el fomento del espíritu emprendedor de su alumnado, tal es el caso, de por qué la Unión Europea y el Consejo Europeo adoptó, el 13 de junio de 2000, la Carta Europea de la Pequeña Empresa en la que establecen recomendaciones de actuación en diez áreas consideradas clave para que estas empresas aprovechen plenamente la economía del conocimiento. Más recientemente, en el Informe de Primavera 2003 de la Comisión al Consejo Europeo (Libro Verde sobre el Espíritu Empresarial, 2003) se confirma la importancia del espíritu empresarial, poniendo el acento en incentivar inversiones, los empleos y el crecimiento a través del conocimiento, la innovación y el dinamismo en los negocios. Los resultados obtenidos en su trabajo, la actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios son concluyentes, en tanto que la actitud emprendedora declina en los estudiantes desde los primeros años de sus estudios hasta que llega el momento de su incorporación al mercado laboral. Todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión pero les orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como son el trabajo por cuenta ajena, y no les motivan hacia el autoempleo. Parece que la teoría de la marginación encuentra apoyo dado que la capacitación, y el consiguiente incremento de valor para el mercado laboral, está actuando como desincentivo de la opción de la creación de la propia empresa. Sin embargo, la formación específica en creación de empresas debe ser positivamente valorada ya que los estudiantes que han recibido este tipo de formación manifiestan una actitud más favorable hacia el autoempleo. No obstante, somos conscientes de que también podría presentarse un problema de causalidad inversa, ya que es posible que los estudiantes con mayor inclinación al autoempleo hayan buscado profundizar en su formación hacia la creación de empresas en mayor proporción que los demás estudiantes. Por otro lado, actualmente, las universidades juegan un papel muy importante en la sociedad: además de buscar nuevas estrategias de enseñanza, constituyen una fuente de ideas e inventos con potencial comercial.

Para Kantis, Federico e Ibarra (2014), el rol del sistema educativo en la formación de personas con capacidades emprendedoras es una cuestión muy relevante: la educación puede contribuir a ampliar las bases de capital humano emprendedor.

Arreola y Cardini (2014), en su artículo de las universidades y su impacto en el emprendimiento

publicado en la revista Forbes, mencionan que entre las acciones que han realizado las universidades está, importar modelos y programas educativos, así como desarrollar planes de estudios con diversas influencias.

Millán (2016), cita que estas acciones se reflejan en gran medida en las universidades mexicanas: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Instituto Politécnico Nacional. Universidad Nacional Autónoma de México. Universidad Anáhuac. Instituto Tecnológico Autónomo de México. Señalando que los programas desarrollados en las instituciones educativas relacionados con el espíritu emprendedor, pueden significar un cambio en la intención emprendedora, además de que sus efectos pueden inducir a que los estudiantes repitan los procesos empresariales durante más tiempo, empezando nuevas compañías, llevando sus negocios de manera más competente o trabajando de una manera más eficiente con otros emprendedores.

Por otro lado, Rasmussen & Sorheim, (2006); señala que la educación del espíritu emprendedor puede interpretarse de dos maneras: la primera, aprendiendo todo acerca del fenómeno emprendedor y la segunda adquiriendo habilidades y destrezas para convertirse en un emprendedor. Por lo tanto, las universidades deben realizar tres actividades básicas para fomentar el espíritu emprendedor: crear y mantener una cultura empresarial, dentro de la institución, a través de la impartición de cursos, investigación y actividades externas, separar los cursos relacionados con el emprendimiento para los estudiantes y ofrecer cursos específicos dirigidos a los estudiantes que deseen iniciar su propia empresa.

El patrón dominante de la educación se ha basado en un aprendizaje individual centrado en la memoria. Esta es la enseñanza tradicional en la que los estudiantes reciben conocimientos a corto plazo. De acuerdo con Gibb (2002), citado por Rasmussen y Sorheim (2006), este tipo de enseñanza es inadecuada. Como resultado de esta educación, se forman estudiantes pasivos. A medida que las Universidades diseñen estrategias de enseñanza en la educación emprendedora, como la simulación de empresas basada en casos y de fomentar el trabajo en equipo, el potencial de crecimiento de los estudiantes irá incrementando, permitiendo con ello que los alumnos adquieran un mayor compromiso para sus propios proyectos.

#### **4 METODOLOGÍA**

La presente investigación se llevó a cabo en el Centro Universitario Temascaltepec de la Universidad Autónoma del Estado de México (CUT-UAEMex), con localización al Sur del Estado de México, a 70 kilómetros de la Ciudad de Toluca, a través del método cualitativo con un enfoque exploratorio – descriptivo – explicativo, ya que el primero busca entrar en contacto con el tema para una mayor profundización y comprensión del estudio y que a su vez sirve de base para el descriptivo que buscó las características y análisis de factores sociodemográficos que referencia a los hechos o contextos que ha vivido el individuo que tiende a impulsar en la actitud emprendedora, el segundo a factores psicológicos como autoestima, control percibido interno, innovación, necesidad de logro, propensión al riesgo y

tolerancia a la ambigüedad y el tercero a factores socioeconómicos que interpretan la tendencia a la inversión y al ahorro, y en todos los casos buscando encontrar como producto final cual es el alcance en la intención de la universidad de añadir como política desde la administración central la incorporación de la actitud emprendedora como acción curricular en el modelo educativo que se trate.

## 5 RESULTADOS

En el sentido de buscar una alineación en la metodología señalada y en congruencia con la misma, se señalan las citas que aducen en cuanto a:

### EMPRENDEDOR

Tomando como base a Prado y Júnior (2002), se encuentra que son muchos los autores que han tratado de definir al emprendedor a lo largo del tiempo, citando a Castillo (1680-1734) como el primero que lo describe como una persona que quería asumir riesgos para llevar a cabo una acción y así obtener un beneficio, igualmente a Schumpeter (1934) que fue uno de los primeros estudiosos que identifica al emprendedor como una figura importante en el desarrollo económico, al diferenciar al gerente del emprendedor, sumado a que no puede haber emprendedores si la actitud o el espíritu emprendedor no está presente, independientemente de la controversia en su definición, como así lo citan investigadores como Grebel et. al., (2001), Kirzner (1973) o Millán (2016) que cita el papel que juega la necesidad, a saber: la económica, la del hogar y en el trabajo como importantes para emprender, asimismo la creatividad y la innovación, en donde, sin embargo es la actitud la que debe desarrollarse o adquirirse previamente, o como lo cita Hornaday, (1992), al señalar la que la actitud emprendedora es de vital importancia para el crecimiento y desarrollo económico que bien puede concluirse por lo señalado por Kirzner (1973), quien define el espíritu emprendedor como el estado de alerta hacia las oportunidades, y explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio.

### FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Toledano (2004), encontró que existe una actitud más positiva por parte de los alumnos que de las alumnas hacia la creación de empresas. No encontrando significancia entre la deseabilidad de crear la propia empresa y la edad o el capital humano, Por ultimo concluyó que existe una relación asociativa entre la intencionalidad de crear una empresa y las variables sexo, experiencia laboral y conocimientos específicos, apreciando Krauss (2005), que no porque el alumno cuente con un empresario directo en la familia, él será poseedor de la actitud emprendedora. Toledano (2004), al estudiar las Actitudes hacia la Creación de empresa propia, encontró que el fomento de la creación de empresas entre sus estudiantes se encuentra en una fase incipiente, asimismo el 57.3% no perciben que la institución realice una labor de estímulo. Coincidiendo con Espíritu y Sastre (2008), en cuanto a que el factor género presento un efecto

altamente significativo, los hombres mostraron una actitud claramente superior que las mujeres coincidiendo con la mejor predisposición hacia la creación de empresas la encontramos entre alumnos de sexo masculino, con conocimientos sobre creación de empresas y con familiares o amigos empresarios, además los que cuentan con experiencia laboral manifiestan una mayor intencionalidad, sin embargo (2010 y Cohene), Cáceres señalan que los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa en Paraguay, deduce que la existencia de antecedentes familiares de carácter empresarial, no necesariamente influye para que exista la viabilidad, el deseo y la intención de crear nuevas empresas de parte de los encuestados, empero Loli, Dexter, Del Carpio y La Jara (2010), encontraron que la creatividad e iniciativa no es solo un componente del emprendimiento, sino que los estudiantes consideran que es la antesala del emprendimiento, en donde todos los componentes están asociados entre ellos de manera significativa y positiva; es decir, hay una asociación consistente y lógica. Espíritu (2011), numera, que la influencia de familiares no indica la existencia de una relación. López et. al (2012), Al analizar la influencia que tiene la edad de los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora, encontró que la edad promedio de los jóvenes interesados en crear una empresa propia es de 20 y 25 años, sin embargo, Moreno (2013), encontró que las características sociodemográficas resultan ser significativas para la intención emprendedora de los estudiantes. De Jorge (2013), que las características personales de los alumnos en relación a su edad, género y la existencia de algún familiar empresario han resultado ser significativas con diferentes signos en función del nivel de intención emprendedora. Pérez G. P. (2016), concluye que los factores limitantes en los alumnos fueron, la edad, la percepción del tiempo considerado para que el negocio genere ganancias, la experiencia laboral y la influencia que tienen los miembros de la familia en el emprendimiento, además en egresados encontró como factores limitantes: el género, el estado civil y el nivel de estudios alcanzado por sus padres. y en las psicológicas: innovación, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

## FACTORES PSICOLÓGICOS

Krauss (2005), al Medir la Actitud Emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Uruguay encontró que los alumnos de carreras empresariales se inclinan más por la creación de empresas, destacando un mayor control interno percibido y planificación, Díaz et al (2009), al estudiar los factores psicológicos: Motivación al logro, propensión al riesgo, capacidad de organizar, locus de control interno, capacidad de innovar, negociación y persuasión en estudiantes de diferentes niveles encuentra que es lo más importante para desarrollar actitud emprendedora, así como el compromiso ético, el compromiso con la calidad y la valoración y el respeto por la diversidad. Espíritu (2011), numera, que los rasgos de personalidad, el locus de control interno presenta una influencia altamente significativa, respeto a la actitud emprendedora, en cuanto a los valores auto trascender, conservación y apertura al cambio no resultaron tener significación alguna, aunque el valor auto engrandecimiento si resulto altamente significativo. Mora

(2011), en su estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresas, encontró que la autoestima fue el más elevado de todos los factores, siguiéndole el promedio de innovación, la motivación de logro, el subfactor afectivo, el control percibido interno, concluyendo que sus estrategias se encuentran más orientadas a la tarea que a la emoción además con un factor de riesgo bajo, lo cual indica cierta aversión al riesgo que se encuentra. Fernández et al (2011), señala, observa que existe una relación significativa entre el hecho de pensar seriamente en crear una empresa, además de formación y experiencia. Pérez G. P. (2016), concluye que los factores limitantes son: autoestima, innovación, riesgo y tolerancia a la ambigüedad, en cuanto al docente, significancia en la innovación, motivación de logro, riesgo y tolerancia a la ambigüedad.

## FACTORES ECONÓMICOS

Autores como Robinson y Sexton (1994), encontraron que los empresarios tenían un nivel de educación mayor que los asalariados. Martínez (2011), Al analizar el factor psicosocial, cultural y socioeconómico encontró que este último se asocia a una barrera que junto con la falta de experiencia son críticas a la hora de emprender, mostrando mayor interés en emplearse en una empresa privada en relación a crear su propia empresa. Fernández et al (2011), señala la actitud emprendedora de los estudiantes presenta una influencia desde la educación en sus propios hogares en cuestión financiera, aunque en este trabajo solo observa que la tendencia a la inversión tiene relación con la idea de iniciar una empresa, no sin antes señalar, que sin embargo la investigación realizada demuestra que la *tendencia a la inversión* influye en la intención emprendedora de los estudiantes en donde no precisamente se necesita mucho dinero para invertir, dado que existen muchas otras alternativas que permiten iniciar un negocio. Pérez G. P. (2016), subraya que los factores limitantes en estudiantes, egresados y profesores: son la tendencia al ahorro y la inversión. Sánchez O.E. (2016), en su trabajo, factores socioeconómicos como determinantes de la actitud emprendedora de los estudiantes, docentes y egresados de la licenciatura de administración, observa, que las que más influyen en la actitud emprendedora de los egresados están: que es más seguro ahorrar el dinero que invertirlo, desarrollo de retos, la ayuda de un mentor para identificar oportunidades, la falta de capital y las recompensas económicas.

## LA UNIVERSIDAD Y LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

Toledano (2004), al estudiar las Actitudes hacia la Creación de empresa propia, encontró que el fomento de la creación de empresas entre sus estudiantes se encuentra en una fase incipiente, asimismo que el 57.3% no perciben que la institución realice una labor de estímulo, por otro lado Storey, (1994); Reynolds y White, (1997), sugieren que existe una correlación positiva entre el nivel de educación formal de un sujeto, Crant (1996) al analizar la variable educación, planteo la hipótesis de que la educación está positivamente asociada con las intenciones emprendedoras. Al respecto encontró que los estudiantes de

reciente ingreso reportaron más altas intenciones emprendedoras que los estudiantes de titulación profesional. De acuerdo con lo anterior, la investigación realizada por Álvarez y Jung (2004) afirma que cuanto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las instituciones de educación superior, más probabilidades habrá de que los estudiantes hagan el esfuerzo por empezar un nuevo negocio. Gennero y Graña (2003), en el trabajo, “los factores asociados a la vocación emprendedora de alumnos universitarios, encontró que la mayor proporción de esta opinión corresponde a estudiantes de universidades privadas. Toledano (2004) por su parte señala una inexistencia de asociación entre la percepción de la viabilidad y el papel de la universidad en el estímulo de la creación de empresas, aunque fueron mayoritarios las opiniones de alumnos que consideran que la universidad fomenta el proceso emprendedor. Delicio (2006), establece que solo en la medida, en que las escuelas estructuren estrategias que fomenten la actividad emprendedora y a su vez enfatizen como medida, generalizar las prácticas de extensión universitaria, tanto para profesores como para alumnos, en temas de apoyo a micro emprendedores podrá avanzar esta dimensión, y no ocurra lo que señala Espíritu y Sastre (2007), que conforme el estudiante avanza en su ciclo escolar la intención de crear un negocio disminuye.

Vallmitjana (2008), Al realizar una evaluación del emprendimiento en egresados observa que existe un aumento del número de empresas creadas por estos, señalando a su vez que esto se debe en cierta medida a las nuevas titulaciones impartidas en el campo económico- social. Cáceres y Cohene (2010) llaman la atención, que el 98 % de los estudiantes tienen el deseo de contar con propia empresa, que bien puede atribuirse a que la Universidad en su estructura y política empresarial proporciona, a sus estudiantes los conocimientos, herramientas necesarias para llevar adelante sus propias empresas. Gutiérrez Et. al (2011), al revisar el potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México, encontraron que, que para el caso de ambos centros existe una disposición positiva de poder sobrellevar situaciones adversas que pudieran presentárseles, así como la observancia en la existencia de deficiencia en la capacidad para asumir riesgos por parte de los estudiantes, al igual que en la capacidad para tomar decisiones. En cambio en la capacidad de aprendizaje presentaron en términos generales un nivel adecuado de esta competencia, sin embargo en la necesidad de logro reflejan una presencia adecuada de empeño, concluyendo que las universidades deberían de iniciar por capacitar a los docentes para que provean a los estudiantes de dichos conocimientos. Espíritu (2011), en su trabajo en la Universidad de Colima, México, observa que la intención emprendedora en estudiantes a través de los rasgos de personalidad, concluye que la variable por semestre presenta un efecto significativo en cuanto a que conforme avanza el estudiante en sus estudios, la intención de crear su propia empresa, va disminuyendo.

Fernández et al (2011) determinado que la red de contactos empresariales tiene una relación significativa con la decisión del universitario de fundar su propia empresa.

Coronel (2012), Al buscar las diversas problemáticas que enfrenta el egresado de educación en su incorporación al mercado laboral, encuentra que la educación pública en México no se ha modernizado al proceso de globalización, se necesitan crear alumnos que valgan por lo que hacen con lo que sepan y no que valgan únicamente por lo que sepan. La universidad debe redoblar esfuerzos para aumentar los vínculos con el sector empresarial. Las universidades deben de analizar los planes estudiantiles a fin de dar un perfil emprendedor al egresado y reducir de esta manera el índice de desempleados en el país.

Kantis, Federico, & Ibarra (2014), afirman que el rol del sistema educativo en la formación de personas con capacidades emprendedoras es una cuestión muy importante, puesto que los jóvenes pasan largas horas de su vida en espacios. Por otro lado Gallegos, Grandet, & Ramírez, (2014), resaltan las causas por las que un emprendedor falla, señalando que la principal razón es la falta de conocimiento y habilidades de administración o mercadotecnia.

Jaimes M. F. (2016), infiere que la actitud emprendedora puede considerarse como una disciplina académica en formación, sin embargo, es necesario apoyarse de áreas que complementen estas actividades, en este contexto, concluye que la universidad puede impactar positivamente para despertar la actitud emprendedora en sus estudiantes a través de sus planes, programas y personal docente. Adicionalmente de la educación emprendedora, es necesario introducir cambios en la formación docente, de manera que los profesores se conviertan en verdaderos agentes de cambio, así como también trabajar con los prejuicios ideológicos de las autoridades educativas que generan resistencias y bloquean la posibilidad de avanzar en la misma dirección; planteamiento que se alinea a lo señalado por Kantis, Federico, & Ibarra, (2014), quien establece que: “Es importante que el docente posea una actitud emprendedora. Esto no significa necesariamente que los profesores cuenten con sus propios negocios, sino que tengan pasión por la enseñanza. Un docente emprendedor es receptivo, flexible, seguro y responsable, además de que ocasionalmente, rompe las reglas; sigue un plan de estudios flexible y adaptable y; se inclina por una educación interdisciplinaria basada en proyectos, con esto orienta el programa de aprendizaje hacia la realidad, en otro ángulo, Sánchez (2016), funda que para poder generar una cultura emprendedora, la educación impartida por el docente deberá orientarse en brindar al universitario, las capacidades e instrumentos para que se constituya en agente de desarrollo económico y social y supere las limitaciones, en donde para ello deberá cambiar la estructura del plan de estudios, si desea estar a la altura de universidades que actualmente son reconocidas por la formación de empresarios innovadores y que se han adaptado a los cambios.

## 6 CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN

Existe una diferencia notable respecto a la filosofía del constructivismo y la transversalidad, que impide hacer de la actitud emprendedora una acción de aprendizaje significativo, a menos que se incorpore a la vida escolar de forma transversal en dicho currículo o en su caso se trabaje esta dimensión

interdisciplinariamente.

Por lo que reflexionando en el sentido de que si la escuela, no logra construir conocimientos, habilidades, competencias, actitudes y valores que se reflejen en la semiótica emprendedora en los educandos, no es porque el maestro enseñe mal ni porque los contenidos no estén bien elegidos sino, todo lo contrario, porque enseña bien pero sobre una idea del conocimiento que reduce la enseñanza a la transmisión de información y sobre un programa que supone que los conocimientos disciplinarios, por si mismos van a desarrollar el pensamiento cotidiano, fase en donde justamente la secuencia didáctica, pedagógica o de enseñanza para la AE transversal, alcanza su mayor importancia, ya que es aquí donde se espera bajo la semiótica emprendedora la consecución del saber saber, saber hacer, saber ser y saber vivir juntos, saberes que exigen del personal académico, como los responsables fundamentales de esta acepción, del uso del rigor didáctico con apoyo del paradigma del constructivismo y el aprendizaje significativo, con respecto al uso del método para conseguir los objetivos que se han definido, planteamiento que sustenta y sustenta bien Espíritu Olmos y Miguel Ángel Sastre Castillo en su trabajo. La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Al señalar que aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban. Señalando también que conforme el estudiante avanza en su ciclo escolar la intención de crear un negocio disminuye.

## REFERENCIAS

- Acs, Z. J., y Audretsch, D. B. (1988). Innovation in large and small firms: An empirical analysis. *the American Economic Review*, 78(4), 678-690.
- Álvarez, R.; Jung, D. (2004). Educational curricula and self-efficacy: entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. [www.babson.edu/ESHIP/publications/](http://www.babson.edu/ESHIP/publications/).
- Ariño, A. (2011). *Emprender: ser distinto, hacer diferente*. Revista de antiguos alumnos del IEMM, 1 (3). Pp. 33.
- Aronsson, M. (2004). "Education Matters- But does entrepreneurship education? An interview with David Birch." *Academy of Management Learning & Education* 3(3): 289.
- Arreola, J., & Cardini, A. M. (24 de Julio de 2014). *Las universidades y su impacto en el empendimiento en México*. Recuperado el 17 de diciembre de 2014, de [www.forbes.com.mx/http://www.forbes.com.mx/las-universidades-y-su-impacto-en-el-empendimiento-en-mexico/](http://www.forbes.com.mx/http://www.forbes.com.mx/las-universidades-y-su-impacto-en-el-empendimiento-en-mexico/).
- Ayers, W. M. (1997). MIT: The impact of innovation. *BankBoston Economics Department Special Report*. Boston.
- Birch, D. (1979). *The job generation process*. MIT program on neighborhood and regional change. Cambridge: MIT Press.
- Brunswick, N. J. Transaction Publishers. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.
- Cáceres C., Cohene, M. (2011). Actitud emprendedora de los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Itapúa en 2010. Comunicación.
- Camarena, G.P. (2001). Las funciones generalizadas en Ingeniería. Construcción de una alternativa didáctica. Premio ANUIS 2000, Mejor tesis de Doctorado. Ed. Biblioteca de la educación superior. Pp. 23-45.
- Chell, E.; Allman, K. (2003). "Mapping the motivations and intentions of technology orientated entrepreneurs." *R & D Management*. 33(2):117.
- Coronel, M. (2012). *La integración laboral del egresado de educación superior en México*. Revista electrónica, Tec de Monterrey. pp. 1-13. Crearon Empresas. *Revista LAN*, 70-83.
- De Jorge M., Justo (2013). *Análisis de los Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios*. Caracciolo Vol. 1 (1), pp. 1-12.
- De Tienne, D.; Chandler G. (2004). "Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: a pedagogical approach and empirical test". *Academy of Management Learning & Education*, 3(3):242
- Delicio, F. A. (2006). Estrategias para el fomento del emprendedurismo universitario en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. *Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 41-65.
- Díaz, M. M., Coria, N., & González, S. C. (2009). El desarrollo del emprendedorismo en estudiantes universitarios. Un estudio en la Licenciatura en Administración de la UNSE. *CIFRA*, 29-50.

Dietrich, H. (1999). Empirics befuddle zur selbständigen erwerbstätigkeit unter besonderer berücksichtigung scheinselbständiger erwerbsverhältnisse. *Mitteilungen Aus Der Arbeitsmarkt-Und Berufsforschung*, 32(1), 85-101.

Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row Publishers, Inc.

Espíritu, O. R. y Sastre C. M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios, Facultad de Contabilidad y Administración. Campus Tecomán, Universidad de Colima, México, Dpto. Organización de Empresas. Universidad Complutense de Madrid.

Espíritu, R. & Sastre, M. (2007) La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales* Vol. 17 pp. 95 - 116.

Espíritu, R., Sastre, M. (2008). *Factores explicativos sobre la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la comunidad de Madrid España*. Revista electrónica, Universidad de Colima. Colima, México, pp. 3- 28.

Espíritu, R. (2011). Espíritu, R. (2011). Actitud Emprendedora. *Universidad Complutense de Madrid*, 273.

Ezagutzen E. (2011). *La intención emprendedora en estudiantes universitarios. El caso de la Universidad de Deusto*. BizkaiLab, 99.

Fernández, A. L., Rueda, M. I., & Herrero, Á. C. (2011). Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Facultad de CC.EE y empresariales de Cantabria. *Nuevo Modelo Económico: Empresa, Mercados y Culturas* (pág. 22). Santander: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Fernández, A., Rueda, M., Herrero, A. (2012). *Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de ciencias económicas y empresariales de Cantabria*. Revista electrónica, Universidad de Cantabria. 1(1), pp. 2-18.

Gallegos, R., Grandet, C., & Ramírez, P. (2014). Los emprendedores de TIC en México: recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento y consolidación. Distrito Federal: Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

Gennero, A. y Liseras, N. (2001). Supervivencia y desempeño de nuevas firmas: Evidencia de un estudio de panel en cinco ciudades argentinas. Mimeo, Universidad Nacional de Mar del Plata.

Gibb, A. (2002). "In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combination of knowledge". *International Journal of Management Reviews*. 4(3):233- 269.

Gibb, A., Ritchie, J. (1982). *Understanding the process of starting small business*. 12 (1), Pp. 15-26.

Grebel, T.; Pyka, A.; Hanusch, H. (2001). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship, *Industry and innovation*, vol. 10 (4), pp. 493-514.

Gutiérrez, H. Ana M., Amador M. Ma. Eugenia y López R. Luis J. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades san marcos de Perú y Guadalajara de México – centro universitario de los altos – un análisis comparativo. *Comunicación*, 1-25.

Hornaday, R. W. (1992). Thinking about entrepreneurship: A fuzzy set approach, *Journal of Small Business Management*, vol. 30 (4), pp. 12-23.

- Jaimes M. F. (2016). Factores que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes de las áreas económico-administrativas del Centro Universitario UAEM Temascaltepec. Tesis de maestría.
- Jaramillo B. L. (2015). Perspectivas empresariales de los estudiantes, docentes y egresados de la licenciatura en derecho del centro universitario UAEM Temascaltepec del turno matutino, 2015. Tesis de licenciatura.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. G. (2014). Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico. Buenos Aires: Rafaela.
- Kirchhoff, B. A., y Phillips, B. D. (1988). The effect of firm formation and growth on job creation in the United States. *Journal of Business Venturing*, 3(4), 261-272.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*, The University of Chicago Press.
- Krauss, C. (2005). "Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica de Uruguay". Revista electrónica Fce universidad católica.vol.01, pp.22 [http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05\\_enviado\\_set\\_\(krauss\).pdf](http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciasempresariales/revistafce/revista6/articulos/ciela05_enviado_set_(krauss).pdf).
- Laukkanen, M. (2000). "Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micromechanisms for endogenous regional growth" *Entrepreneurship & Regional development*. 12 Jan-Mar.p25.
- Liseras, N., Genero, A. d., & Graña, F. (2003). Factores asociados a la vocación emprendedora. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur (pág. 20). Rosario: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Loli P., A. E.; Dextre J., E.; Del Carpio G., J. y La Jara G., E. (2010). Actitudes de Creatividad y Emprendimiento en Estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas Variables Socio demográficas. *Revista IIPSI*. Vol. 13 (2), pp. 139-151.
- López, G., Gómez, J., Haro, J. (2012). La influencia que tiene la edad de los estudiantes universitarios en la actitud emprendedora. *Revista electrónica, Universidad Autónoma de Nayarit*. 3(2), pp. 2-12. Madrid. 273.
- Martínez, G. (2011). *La intención emprendedora en estudiantes universitarios el caso de la Universidad de Deusto*. Bizkai- Lab. pp. 15-50.
- Mercedes G. A. y Gracia G. M. (2008). La influencia de los rasgos psicológicos en las actitudes hacia el empleo. Facultad de ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 2008, vol. 24 n.º 2.
- Minniti, M.; Bygrave, W. (2001). "A dynamic model of entrepreneurial learning". *Entrepreneurship: Theory & Practice*. 25(3):5.
- Mora, R. (2000). Estudio de la Actitudes Empeñeoras con Profesionales que Crearon Empresas. *Revista LAN*, 70-83.
- Moreno, J. (2013). Análisis de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *Caracciolos, revista digital de investigación en docencia*. 1 (1), pp. 2-10.
- Parker, S. C. (2004). *The economics of selfemployment and ntrepreneurship*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Pérez G. P. (2016). Perspectivas empresariales de los estudiantes, egresados y docentes de la licenciatura en informática administrativa del centro universitario UAEM Temascaltepec, México. Tesis de licenciatura.
- Pérez, F. (2006). Educación emprendedora. *Revista PHAROS: Arte, Ciencia y Tecnología*; 13 (1), pp. 59-65.
- Prado, F.; Júnior, E. (2002). Investigando o potencial empreendedor e de liderança criativa. Tesis doctoral. Enanpad 2002. Brasil.
- Rasmussen, E. A., & Sorheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 185-194.
- Reynolds, P. & White, S. (1997). *The entrepreneurial process: Economic growth, men, women and minorities*. Quorum Books, USA.
- Robinson, P. B.; Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience of self-employment success, *Journal of Business Venturing*, vol. 9 (2), pp. 141-156.
- Sánchez O. E. (2016). Factores socioeconómicos como determinantes de la actitud emprendedora de los estudiantes, docentes y egresados de la licenciatura de administración, UAEM Temascaltepec. Tesis de licenciatura.
- Sauvé, L., (1997). La educación ambiental: hacia un enfoque global y crítico. En: Atlas del Seminario de Investigación-formación edamaz, octubre de 1995. Universidad de Quebec en Montreal.
- Schumpeter, J.A (1934). *The theory of economic development*. New Brunswick,N.J transaction publishers.
- Shepherd, D. (2004). “Educating Entrepreneurship students about emotion and learning from failure.” *Academy of Management Learning & Education*. 3(3):274.
- Storey, D. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Toledano, N. (2004). *Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico*. Revista electrónica. Universidad de Huelva.
- Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes: Un estudio empírico. *Revista de educación*, 341, 803-825.
- Vallmitjana, N. (2008). *La actividad emprendedora de los graduados IQS (tesis doctoral)*. Universidad Ramon Llull, España.
- Wennekers, S., y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth.
- Yus, R. R. (2005). Innovación y currículo. Ed. Universidad Autónoma del Estado de México. Por una escuela que enseña y educa el proyecto conocer, valorar y mejorar. P. 143 – 201.