

EL DESEMPLEO PROFESIONAL FRENTE A LAS ACTITUDES EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN-UN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA: 2016

Jesús Emilio González Guajardo¹

Juan Hermilo Zúñiga Cortez²

Leonor Gutiérrez González³

Valeria Garza Bucio⁴

RESUMEN

Es estudio se realiza con el objetivo de obtener información relacionada a conocer si los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte (FCA-UN), de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), tienen actitudes de emprendimiento, consideradas éstas a manera opcional a su egreso de la Institución, con perfiles adecuados para la empresarialidad; se determina una muestra de 292 de un total de 1,215 estudiantes, con un grado de confianza del 95% y un error del 5% para la obtención de la información. Se aplica cuestionario *Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) Scale*, desarrollado en los Estados Unidos por Robinson (1987), eliminando dos de las treinta y cuatro variables originales, de acuerdo a nuestro contexto; sin embargo, se aplica nuevamente alpha de cronbach para ratificar la validez y confiabilidad, obteniendo .708, lo que nos demuestra lo anterior. Las medias de cada una de las variables oscilan entre 3.41 y 3.47 en la escala de Likert y una escala general promedio de 3.45; Se establece la hipótesis y se confirma estadísticamente mediante SPSS 21 que si reúnen las actitudes; se discuten los resultados con los comentarios correspondientes.

Palabras clave: Actitudes, emprendimiento, empresarialidad.

Artículo recibido el 03 de Junio de 2016 y aprobado el 20 de Octubre de 2016.

- 1 Profesor - investigador en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. E – mail: feb30@hotmail.com
- 2 Profesor - investigador en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. E – mail: jh030255@hotmail.com
- 3 Profesora - investigadora en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. E – mail: leonorgtz_7@yahoo.com.mx
- 4 Estudiante de la Licenciatura en Contaduría en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila

ABSTRACT

The study was done in order to obtain information related to know if students of the Faculty of Accounting and Administration Unit North (FCA-A) of the Autonomous University of Coahuila (UAdeC), have attitudes of entrepreneurship, considered them a way optional to its exit of the institution, with appropriate profiles for entrepreneurship; a sample of 292 of a total of 1, 215 students, with a confidence level of 95% and 5% error for obtaining information is determined. Questionnaire Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) Scale, developed in the United States by Robinson (1987) is applied, eliminating two of the thirty-four original variables, according to our context; however, Cronbach's alpha is applied again to assess the validity and reliability, obtaining .708, which shows us this. The averages of each of the variables range between 3.41 and 3.47 on the Likert scale and an average of 3.45 overall scale; the hypothesis is established and confirmed statistically by SPSS 21 if they meet the attitudes; the results with commentaries are discussed.

Keywords: Attitudes, entrepreneurship.

Clasificación JEL: M10, M19, M54.

ANTECEDENTES

Un sistema educativo a nivel universitario, debe de contener como características principales, el preparar a sus alumnos desde el punto de vista cognitivo y competente, de tal manera que responda a la sociedad en cuanto a sus necesidades de tal forma que coadyuve en la disminución y en su caso de la eliminación de la problemática que genera la ausencia de que sus ciudadanos participen en las economías e inclinen sus acciones hacia actividades totalmente diferentes al desarrollo y crecimiento de éstas.

Sin embargo, el dominio de las competencias y conocimientos específicos acordes a los perfiles de egresos de las diferentes opciones que presenten las Instituciones educativas, no son lo suficientes para poder realizarse totalmente como profesionistas, es necesario que la visión de éstos vaya más allá de la obtención de un título universitario que avale lo anterior.

En el sentido anteriormente expuesto y observando los requerimientos cada vez más estrictos de un mundo globalizado en el que las economías participan en una competencia cada vez más agresiva para permanecer en ella, es importante que antes de que los estudiantes egresen como

profesionistas al sector productivo, por lo general, como empleados, es necesario que las centros universitarios promuevan nuevas opciones para ingresar al mundo de intercambio de bienes y servicios; así, el emprendimiento, se presenta como tal oportunidad.

Las universidades, deben de continuar estimulando al estudiante durante su tiempo en las aulas, para que descubra el “emprendedor” que potencialmente llevan dentro, el futuro empresario, su propio patrón, capaz de generar su negocio y a la vez participar con la concepción de productos y/o servicios solicitados o en su caso provocando la necesidad de los integrantes de la sociedad; que descubra lo que cada uno de ellos tiene como inmenso potencial, solo es necesario transformarlo en realidad, motivarle a la adopción de una actitud que les permita el aprendizaje y la práctica del emprendimiento como una cualidad que les permita generar una capacidad creativa sobre el entorno, actuando en un corto futuro como empresarios, capaces de asumir riesgos, productores de empleo y riqueza.

También es obvio señalar que actualmente, en muchas universidades de nuestro país México y en muchas ubicadas más allá de nuestras fronteras, el emprendimiento se ha posicionado como una de las actividades muy importantes a desarrollar en su interior; ya no consideran suficiente el cumplimiento de sus funciones sustantivas: la docencia, la investigación y la vinculación.

En los momentos actuales que viven las sociedades en sus diferentes lugares territoriales, la visión de las universidades líderes de la educación, ubican la necesidad de generar perfiles en sus egresados no solamente como profesionistas para internarse como subordinados al medio empresarial, les ubica y les ofrece la oportunidad de que se desarrollen como empresarios, incitando a sus alumnos a convertirse en exitosos dueños de lo que sea en un futuro su fuente de economía.

La Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte (FCA-UN) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), no está exenta del fenómeno y por tal razón, desarrolla el presente proyecto de investigación con la finalidad de obtener información básica necesaria relacionada con la actitud actual del estudiantado acerca de su interés y potencialidad para convertirse en integrantes del aparato productivo de bienes y servicios.

INTRODUCCIÓN

Es muy observable en nuestro medio social relacionado en su estrato laboral, la existencia de una problemática cada vez más marcada en relación al desempleo y la exclusión; el desarrollo y cambio en las tecnologías de

información y nuevas herramientas automatizadas son los principales indicadores promotores de una continuidad en el desplazamiento del hombre por la máquina, lo que inicia con la revolución industrial y continúa hasta estos momentos con la revolución electrónica, con la amenaza latente y realidad en muchos casos de la desaparición de oportunidades laborales para las personas.

El fenómeno representa un gran problema para todos; en forma específica, el caso de los profesionistas que egresan de las instituciones educativas universitarias, aún con las acciones que practican los responsables de estos organismos dedicados a la educación, no son suficientes para garantizar que éstos últimos tengan garantizado un espacio dentro de la oferta laboral del sector productivo, por lo que se tienen que buscar o elaborar nuevas estrategias que minimicen o en su caso eliminen el problema de las oportunidad de ingreso al campo laboral.

La Facultad de Contaduría y Administración-Unidad Norte (FCA-UN) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) cuenta con estudiantes a nivel profesional en sus diferentes carreras ofertadas y en función de lo antes expuesto, ratifica que no es ajena a la problemática del desempleo y la exclusión laboral de sus egresados con los impactos lógicos del fenómeno.

Para magnificar los impactos señalados, la FCA-UN considera pertinente analizar las actitudes y algunas características de personalidad en sus alumnos con la finalidad en tiempo y oportunidad de realizar gestiones que coadyuven en ocasionar intencionalidades en estos para que consideren desde antes de su salida de la institución, la opción de convertirse en empresarios, cualidad identificada y desarrollada con posibles acciones de inclusión en los programas curriculares de los mensajes necesarios para ello.

El proyecto tiene como objetivo principal investigar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), por la importancia que revisten los resultados potenciales que encaminen acciones futuras para que la Institución elabore programas con los ejes temáticos necesarios para la preparación como futuros empresarios, de tal manera que al ponerlos en práctica, contribuyan al desarrollo económico y la generación de empleos.

MARCO TEÓRICO

Las condiciones actuales del mundo productivo, exigen un cambio en la escala de valoración que los estudiantes aún poseen. En este contexto, es importante que los estudiantes tengan la ocasión institucional de desarro-

llar la *empresarialidad*, entendida como la capacidad creativa para percibir e interrelacionarse con su entorno como empresarios innovadores. La nueva escala valorativa de los estudiantes deberá condicionar a la universidad para que ésta asuma la tarea de formar profesionales que puedan dar respuesta a la demanda que la empresarialidad exige en el mundo globalizado (Corredor, 2007).

Según Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en México, el porcentaje de personas que considera iniciar un negocio como una carrera deseable se ubicó en 57.8% que es ligeramente superior a los dos años anteriores pero inferior al casi 70% de la población que así lo consideraba en 2010 (Elvira Naranjo, Isaac Lucatero *et al.* 2013)

Considerando las teorías motivacionales relacionadas al recurso humano, se considera para efectos del estudio y tratar de entender del porqué del comportamiento de éstos, se comentan dos referenciales; la primera, la teoría motivacional de las Necesidades de Abraham Maslow. En su pirámide sobre las necesidades, establece cinco niveles:

- 1) *Necesidades fisiológicas (primarias)*: Dentro de este grupo, encontramos necesidades como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.
- 2) *Necesidades de seguridad*: Se orientan a la seguridad personal, al orden, la estabilidad y la protección. Aquí se encuentran: la seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud, etc.
- 3) *Necesidades de afiliación*: Amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y buscan superar los sentimientos de soledad.
- 4) *Necesidades de reconocimiento*: Autoestima, el reconocimiento hacia la propia persona, el logro particular y el respeto hacia los demás.
- 5) *Necesidades de autorrealización*: *Autorrealización* y el *desarrollo* de las necesidades internas, el desarrollo espiritual, moral, la búsqueda de una misión en la vida, la ayuda desinteresada hacia los demás, entre otras.

Es precisamente en el último nivel que Maslow que una necesidad se vuelve preponderante cuando no es satisfecha y se convierte en una necesidad primaria o central en la persona; así, si el desempleo y la exclusión son el origen de no tener la oportunidad de desarrollo de acuerdo a su plan de vida, es importante entonces tomar la situación como área de oportunidad y con tiempo, en lo que se refiere al estudiantado universitario, estimular las metas y deseos ideales, de provocar la necesidad en una escala con grado primario de tal forma que con la preparación exista un cambio de actitud dirigida ésta a ser un futuro empresario.

Teoría de las necesidades de David McClelland (1961)

David McClelland sostuvo que todos los individuos poseen:

- *Necesidad de logro*: Se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito.
- *Necesidad de poder*: Se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten en una manera que no lo harían, es decir se refiere al deseo de tener impacto, de influir y controlar a los demás.
- *Necesidad de afiliación*: Se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización.

En la investigación acerca de *la necesidad de logro*, McClelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes; no obstante, les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso. Además evitan las tareas no muy fáciles o muy difíciles (Amorós, 2007)

En concreto, las personas se encuentran motivadas, de acuerdo con la intensidad de su deseo de desempeñarse, en términos de una norma de excelencia o de tener éxito en situaciones competitivas y, la necesidad de logro, por lo tanto, se justifica plenamente la acción de la preparación de alumnos universitarios para ser empleadores.

Surge la pregunta ¿qué se debe de enseñar a los emprendedores?, Catherine Krauss cita a Hisrich, Peters, (2002), que considera que a los emprendedores se les debe enseñar: a) Habilidades técnicas tales como saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización. b) Habilidades de administración de empresas tales como planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad. c) Habilidades personales tales como control percibido interno, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo (Krauss, 2011)

En concordancia con lo anterior, Koironen y Ruohotie (2001), sugieren que la educación en emprendimiento debe abarcar la parte cognitiva (información, habilidades), afectiva (emoción, temperamento), y comportamental (motivaciones o deseos) (Krauss, 2011)

Es importante considerar que para iniciar acciones con objetivos claros y concretos, es necesario considerar nuestro interior y, la autoestima juega un papel de alto impacto para su realización; a mayor positivismo, mayor entusiasmo para ello, no se nace con ella, “*el nivel de autoestima se consigue y no es para siempre; se incrementa o se deteriora a lo largo del proceso de maduración*” (Branden, 1995)

La base para estudiar las actitudes emprendedoras de los estudiantes se basó en los cuatro factores de la EAO (Entrepreneurial Attitude Orientation Scale) y pueden ser explicados de la siguiente manera: (Peter Robinson, Wee-Liang Tan *et al.* 2013)

- *Necesidad de logro* en los negocios, referida a resultados concretos con la creación y desarrollo de nuevos emprendimientos.
- *Innovación* en los negocios, percibida como el funcionamiento de una empresa en una forma nueva y única.
- *Control* percibido interno en los negocios, como forma de influir en los resultados empresariales.
- *Autoestima* relacionada con los negocios, como confianza y sentimiento de competencia para llevar a cabo el negocio.

Para que lector tenga al alcance de sus manos la facilidad de la interpretación de algunos de los conceptos que el estudio concentra, se expresan los siguientes:

EMPRENDEDOR: Persona que percibe una oportunidad y crea un nuevo negocio con ella como lo indican Bygrave y Hofer (1991) (Krauss, 2011).

EMPRENDEDOR POTENCIAL: Individuo que piensa tiene capacidad y habilidad innatas o desarrolladas para iniciar una empresa o negocio sin temor al posible fracaso (Del autor)

EMPRENDIMIENTO: Proceso con diferentes etapas que van desde la sola intención de emprender, a estar iniciando una empresa, o administrando una empresa que puede ser nueva o establecida, y hasta el cierre de la misma (Elvira Naranjo, Isaac Lucatero *et al.* 2013).

AUTOESTIMA: Aun cuando existe mucha ambigüedad en su concepto, se toma a Misutu (1996) que lo define como “*El concepto que uno tiene de sí mismo, según unas cualidades que a sí mismos se atribuyen*” (Pedro Ortega Ruiz, Ramón Mínguez Vallejos *et al.* 2001).

EMPRESARIALIDAD: Capacidad de las personas para crear una empresa o nuevos negocios mediante su creatividad, desarrollo de sus competencias y la ejecución de los proyectos (Definición de autor).

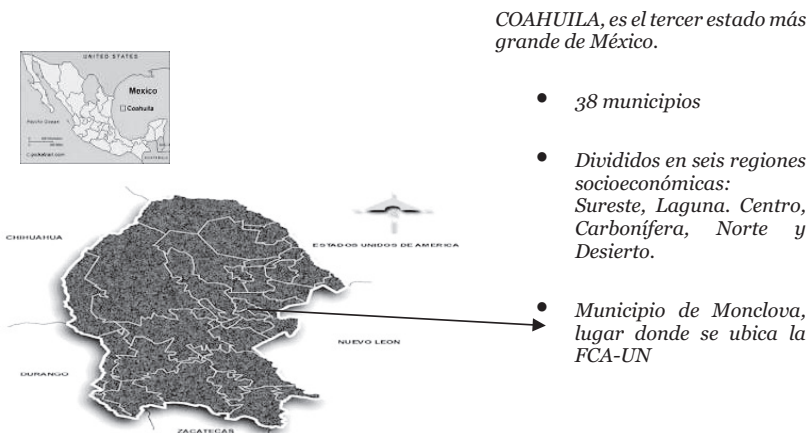
EMPRESARIALIDAD: Capacidad creativa para percibir e interrelacionarse con su entorno como empresarios innovadores (Corredor, 2007).

ACTITUD: Grado en el cual el individuo evalúa, de manera favorable o desfavorable, un comportamiento personal que le concierne. Es decir, qué tan atraído se siente hacia la creación de empresa Ajzen y Fishbien (1969, 1970, 1977, 1980) (Carlos Alberto Rodríguez and Pinto, 2009).

De igual manera, ubicar la institución educativa dentro de su contexto territorial, se manifiestan datos importantes relacionados con ello, así, Coahuila de Zaragoza, es el tercer estado más grande en extensión territorial en México, situado en el norte colindando con Estados Unidos de Norteamérica; su población es de 2'973,809; 48.8% del sexo masculino (1'451,219) y 51.2% mujeres (1'522,590); cuenta con 38 municipios divididos en tres zonas; zona norte, centro y sur; en la corresponde a la zona centro, se ubica Monclova con una población de 231,107 (STPS 2015).

Al norte del municipio de Monclova, en el kilómetro 4.5 norte de la carretera al municipio de Piedras Negras, se localiza la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte (FCA-UN) la cual abre sus puertas a la sociedad el 28 de agosto de 1976; pertenece a la unidad norte de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC). Actualmente oferta cuatro licenciaturas: en Contaduría, Recursos Humanos, Administración de Empresas y Negocios Internacionales; así mismo tres posgrados a nivel maestría: Administración con acentuación en Recursos Humanos, Fiscal y Comercio Internacional.

Figura 1.
Ubicación del municipio de Monclova y la FCA-UN



Fuente: Elaboración propia.

METODOLOGÍA

El estudio es del tipo cuantitativo en el entendido de la objetividad de los datos numéricos utilizados; dentro de éste y considerando el concepto de *Diseño*, que lo concibe como *el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en la investigación*; se estructura bajo el tipo no experimental, dado que observamos el fenómeno de forma natural, sin manipular las variables, tal como se da en este contexto, en situaciones ya existentes y con resultados que posteriormente se puedan realizar (Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado *et al.* 2007).

Se clasifica como Transversal porque tiene características de recolección de datos en un único momento, situación que se apega perfectamente al evaluar los estudiantes con ciertas características en la FCA-UN; Exploratorio porque se trata de una exploración inicial en un momento específico; además se considera descriptivo porque trata de indagar las actitudes en estudiantes sujetos del estudio.

El estudio se inicia considerado el objetivo general: “*Investigar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)*”, continuando con las siguientes acciones por desarrollar.

Para efectos del proyecto que se presenta, se considera la siguiente Hipótesis:

- Ho Los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) pertenecientes a la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) cuentan con actitudes emprendedoras para hacer frente al desempleo profesional.
- H1 Los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) pertenecientes a la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) no cuentan con actitudes emprendedoras los estudiantes para hacer frente al desempleo profesional.

Muestra

Fórmula

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2 pq}}$$

N = Universo de alumnos 1215

Nivel de Confianza: 95%; 5% de error por lo tanto z 1.96 como valor relativo

$e = .05$ (No se quiere un error mayor del 5%; El nivel de confianza es de $.05$ ($\alpha = .05$).)

$p q = (.50) (.50) = .25$

$n = 292$

Instrumento de recolección de la información: se utiliza herramienta del cuestionario con validez y fiabilidad, mismo que está basado en el *Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) Scale*, desarrollado en los Estados Unidos por Robinson (1987), eliminando algunas variables de acuerdo a nuestro contexto (ver anexo 1) (Krauss, 2011).

Sin embargo, son eliminadas dos de las treinta y cuatro variables, nuestro instrumento queda con treinta y dos; estadísticamente de determina la fiabilidad aplicando alfa de Cronbach con resultados generalizados de $.708$ lo que ratifica tal característica para su aplicación.

Tabla 1
Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.708	32

Fuente: datos obtenidos de SPSS 21.0

Se ratifica la fiabilidad del instrumento aplicando SPSS a las 32 variables; se obtiene $.708$ en Alfa de Cronbach, procesando los 292 estudiantes de la muestra, por lo que nos da la confianza para su aplicación en nuestro contexto.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla2
Sexo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	91	31.2	31.2
	2	201	68.8	68.8
Total	292	100.0	100.0	100.0

El 68.8% (201 casos) son del sexo femenino; 31.2% (91 casos) del sexo masculino.

Tabla 3
Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	19	37	12.7	12.7
	20	85	29.1	41.8
	21	112	38.4	80.1
	22	31	10.6	90.8
Válidos	23	15	5.1	95.9
	24	5	1.7	97.6
	26	1	.3	97.9
	28	5	1.7	99.7
	34	1	.3	100.0
Total	292	100.0	100.0	

El 68.1% (234 casos de un total de 292) que comprende las edades de 19 a 21 años (12.7%, 29.1%, y 38.4%, respectivamente), se concentran la mayor cantidad de alumnos.

Tabla 4
Semestre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	2	22	7.5	7.5
	3	72	24.7	32.2
	4	50	17.1	49.3
Válidos	5	34	11.6	61.0
	6	39	13.4	74.3
	7	12	4.1	78.4
	8	41	14.0	92.5
	9	22	7.5	100.0
Total	292	100.0	100.0	

En cuanto a la identificación del semestre al que pertenecen los alumnos encuestados al azar, se observa que existe la representatividad del mismo, en todo caso el mínimo que participa es el séptimo con doce participantes (4.1%) de un total de 292.

		Deseos	Convicción	Acciones	Seguridad	Iniciativa
N	Válidos	292	292	292	292	292
	Perdidos	0	0	0	0	0
Media		3.47	3.47	3.46	3.46	3.47
Desv. típ.		.814	.788	.813	.814	.797
Asimetría		.447	.442	.454	.469	.459
Error típ. de asimetría		.143	.143	.143	.143	.143
Curtosis		-.426	-.349	-.396	-.407	-.379
Error típ. de curtosis		.284	.284	.284	.284	.284
Mínimo		2	2	2	2	2
Máximo		5	5	5	5	5
Percentiles	25	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	50	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
	75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00

Del cuadro anterior, se desarrolla el siguiente con el propósito de analizar el comportamiento de las medias de cada una de las 32 variables en función de la escala de Likert.

Tabla 6
Determinación de medias en general

No.	VARIABLE	MEDIA	No.	VARIABLE	MEDIA
1	<i>Ideas</i>	3.41	17	<i>emprendimiento</i>	3.47
2	<i>Actividades</i>	3.42	18	<i>concentración</i>	3.45
3	<i>Insistencia</i>	3.42	19	<i>decisión</i>	3.45
4	<i>Convencimiento</i>	3.45	20	<i>enfrentamiento</i>	3.47
5	<i>inversiones</i>	3.42	21	<i>ingenio</i>	3.46
6	<i>entusiasmo</i>	3.43	22	<i>triunfo</i>	3.42
7	<i>adaptación</i>	3.43	23	<i>disfrute</i>	3.44
8	<i>dificultad</i>	3.44	24	<i>energía</i>	3.45
9	<i>solución</i>	3.47	25	<i>desaliento</i>	3.46
10	<i>innovación</i>	3.43	26	<i>motivación</i>	3.45
11	<i>aprendizaje</i>	3.42	27	<i>riesgo</i>	3.47
12	<i>negocio</i>	3.44	28	<i>deseos</i>	3.47
13	<i>éxito</i>	3.43	29	<i>convicción</i>	3.47
14	<i>gusto</i>	3.47	30	<i>acciones</i>	3.46
15	<i>logro</i>	3.45	31	<i>seguridad</i>	3.46
16	<i>liderazgo</i>	3.45	32	<i>iniciativa</i>	3.47
	<i>SUMA:</i>	54.98		<i>SUMA:</i>	55.32
$54.98 + 55.32 / 32 = 3.45$					

Fuente: Diseño propio con datos estadísticos de SPSS 21.0

La media resultante de acuerdo a las dimensiones de la variable general ACTITUDES, es de 3.45, lo que representa que éstas están muy poco

por encima de la media (3.0), considerando la escala de Likert; el límite inferior obtenido es 2 y el máximo de 5.

Se comprueba la hipótesis mediante chi cuadrada de Pearson, donde se establece que:

“Ho Los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) pertenecientes a la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) cuentan con actitudes emprendedoras”

Se consideran solamente algunas variables tal y como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 7
Valores significativos P>

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	RESULTADO	RELACIÓN
<i>Edad</i>	<i>Convencimiento</i>	$p = .236$	<i>Significativa</i>
<i>Edad</i>	<i>Decisión</i>	$p = .189$	<i>Significativa</i>
<i>Semestre</i>	<i>Dificultad</i>	$p = .766$	<i>Significativa</i>
<i>Semestre</i>	<i>Emprendimiento</i>	$p = .144$	<i>Significativa</i>
<i>Deseos</i>	<i>Emprendimiento</i>	$p = .724$	<i>Significativa</i>
<i>Deseos</i>	<i>Seguridad</i>	$p = .000$	<i>Significativa</i>
<i>Deseos</i>	<i>Trabajo</i>	$p = .784$	<i>Significativa</i>
<i>Logro</i>	<i>Inversión</i>	$p = .000$	<i>Significativa</i>
<i>Logro</i>	<i>Sexo</i>	$P = .169$	<i>Significativa</i>

Fuente: Diseño propio con base a datos estadísticos de SPSS 21.0

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

- Se cumple el objetivo de investigar las actitudes emprendedoras de los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC).
- La edad, sexo y semestre, desde el punto de vista de los resultados de las medias, tal parece que no influye para determinar las actitudes emprendedoras en los estudiantes.
- Los resultados en las medias en particular y en general de cada una de las variables y las totales, nos muestran que, aún y cuando la herramienta del cuestionario indica el anonimato del participante, de acuerdo a la escala de Likert, los indicadores señalan que apenas reba-

san el punto tres (ocasionalmente); 3.41 la mínima (IDEAS) y 3.47(8 de 32) la máxima, lo que resulta interesante, para continuar una segunda investigación que refuerce los datos obtenidos por las razones siguientes: primero, existe sinceridad en las respuestas y, segundo, exista motivo para “cuidar” sus respuestas, tal vez el clima interno u otra situación generalizada de impacto.

- En relación a la Hipótesis Ho, no se rechaza; conforme al cuadro No. 9, los resultados nos muestran que *“los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN) pertenecientes a la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC) cuentan con actitudes emprendedoras”*.

Los resultados del estudio nos demuestra igualmente que las universidades hoy en día representan un medio propicio para generar y desarrollar la cultura de la empresarialidad, es decir, identificación y crecimiento de los futuros empresarios que coadyuven en la generación y la participación socio-económica del país, que participen en la disminución de la problemática del desempleo o subempleo profesional.

La Facultad de Contaduría y Administración – Unidad Norte (FCA-UN), sin excluirla de la problemática expuesta, considera observar su comportamiento actual y ajustar lo que corresponda considerando el contexto local, regional, nacional e internacional, de tal forma que tales transformaciones le permitan continuar respondiendo a su responsabilidad social como Institución educativa.

REFERENCIAS

- Amorós, E. (2007). Comportamiento Organizacional: En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas; Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo; pp 86-87; Lambayeque - Perú
- Branden, N. (1995). “Los seis pilares de la autoestima; Barcelona: Paidós, ISBN-978-84-493-0144-5, PP21-52.”
- Carlos Alberto Rodríguez and F. A. P. Pinto (2009). “La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia; Universidad Nacional de Colombia; Innovar, Especial en Educación, dic. 2009, 73-90.”
- Corredor, D. Y. C. (2007). “Hacia un modelo de Emprendimiento Universitario; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC); Volumen XXVII No. 43; pp6-7 Número 43.”

- Elvira Naranjo, Isaac Lucatero, et al. (2013). "Monitor Global de la Actividad Emprendedora (GEM); Tecnológico de Monterrey; p53, p56."
- Krauss, C. (2011). "Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay; Vol. 9 No. 1, Enero-Junio de 2011 pp28-29."
- Pedro Ortega Ruiz, Ramón Mínguez Vallejos, et al. (2001). "Autoestimo: Un nuevo concepto y su medida: ISSN: 0212-5374. Ediciones Universidad de Salamanca: p47."
- Peter Robinson, Wee-Liang Tan, et al. (2013). "Entrepreneurship Attitude Orientation and the intention to start a bussiness; pp50-61."
- Roberto Hernandez Sampieri, Carlos Fernández Collado, et al. (2007). Metodología de la Investigación; 4ta. Edición; McGraw-Hill Interamericana, pp 156-231. M. G.-H. Interamericana.
- STPS (2015). "Coahuila en el contexto Laboral Nacional; Subsecretaría de empleo y productividad laboral; Secretaría de Trabajo y Previsión Social; 2015 ".