

# Aplicación de estudio psicométrico al campo educativo para la construcción de perfiles de personalidad emprendedora

Área de investigación: Entorno de las organizaciones

**Angélica Sánchez Flores**  
Universidad Tecnológica de Querétaro  
México  
[safa730124@hotmail.com](mailto:safa730124@hotmail.com)



Octubre 3, 4 y 5 de 2012  
Ciudad Universitaria  
México, D.F.

## XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Diseno: FEA, Maritza Arredondo Pineda / Fotografía: Rutilo Lopez Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



**ANFECA**  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

## Aplicación de estudio psicométrico al campo educativo para la construcción de perfiles de personalidad emprendedora

### Resumen

La educación superior se ha mimetizado con el mundo empresarial y los requerimientos productivos del sector económico exigen la formación de profesionistas competentes de corte emprendedor que sean capaces de integrarse al mercado laboral, ya sea como impulsores directos en los procesos de creación de empleos o como agentes de cambio en las organizaciones. Las universidades que son punta de lanza al incidir en la transformación de una sociedad de empleados a una de empresarios con valores, capitalizan el conocimiento en riqueza social, acción formativa que repercute en la prosperidad regional y nacional. Formar de manera integral individuos es la función básica de la educación, identificar la personalidad emprendedora y potenciarla a través de la enseñanza es una labor titánica. La personalidad es más que un conjunto de aspectos mensurables; constituye una integración de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que forman parte del individuo de manera permanente y consistente. Identificar los factores extrínsecos e intrínsecos que vinculen la identidad e intencionalidad emprendedora es el objetivo de este estudio, de ahí que la búsqueda de empresarios en formación dentro de las Universidades Tecnológicas aplicando un estudio psicométrico denominado "FIVE FACTOR", facilita la tarea de potenciar dichos patrones complejos y sutiles que marcan la diferencia entre los individuos y así construir un perfil de personalidad emprendedora que sea aplicable al entorno de los jóvenes queretanos.

**Palabras clave:** educación, rasgos de personalidad, emprendedor, competencias.

Octubre 3, 4 y 5 de 2012  
Ciudad Universitaria  
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



## I. Objetivo(s) de investigación

- Objetivo General:

- Aplicación de un estudio psicométrico, “FIVE FACTOR”, para identificar los factores extrínsecos e intrínsecos que vinculan la identidad, la intencionalidad y la **personalidad** emprendedora de los jóvenes queretanos.

## II. Preguntas(s) de investigación:

- ¿Cuáles son las características y competencias de la personalidad emprendedora?
- ¿Qué competencias conforman la personalidad emprendedora?
- ¿Cómo detonar el potencial emprendedor?
- ¿Cuáles son los beneficios al aplicar estudios psicométricos para la detección del potencial emprendedor?

## III. Justificación

Desde la última década del siglo XX, la formación educativa ha sido considerada como un factor determinante e imprescindible en la gestión del conocimiento. En función a los preceptos de Druker, Porter, Ishikawa en 1993, uno de los caminos que puede tomar nuestro país para salir adelante de la tan nombrada “crisis”, es la necesidad de un México Emprendedor que permita (Gibb, 2010): la expansión y calidad de nuevos negocios, incentivar la innovación como estrategia de competitividad para el país, impulsar el espíritu emprendedor, incrementar el apoyo a las incubadoras de negocios, fomentar la aplicación de la investigación y desarrollo del conocimiento en proyectos productivos, adoptar un enfoque sistémico entre universidad, empresa, gobierno, sociedad que fomenten las propuestas de apoyo a los jóvenes emprendedores.

El tema de la “Educación Empresarial” y los modelos de enseñanza-aprendizaje basados en competencias empresariales, constituyen el pilar formativo de varias instituciones tanto públicas como privadas, siendo ésta una preocupación no sólo del sector educativo, también de investigadores alrededor del mundo como: Gibb(2004), Kuratko (2004), Solomon and Doffy (2002), Vesper & Mc Mullen (1998).

La acción de formar líderes empresariales capaces de crear organizaciones en cualquier sector de la economía, no es considerada como un bien que sea franquiciable ya que el entorno de cada Institución de Educación Superior (IES) es diferente; por lo que este trabajo de investigación busca formular un perfil general que considere los rasgos de personalidad emprendedora del joven queretano, de tal forma que éste permita a las Universidades Tecnológicas identificar y potencializar las competencias tanto personales como de conocimiento del recursos más valioso en las universidades, los educandos.

<http://coinformacion.org.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Trasladando el concepto administrativo de Reclutamiento y Selección de Personal al sector educativo, la herramienta FIVE FACTOR permite filtrar las personalidades de los educandos para así orientarlos a un modelo educativo y formativo viable tanto para la institución como para los alumnos, facilitando la tarea de potenciar dichos patrones complejos y sutiles que marcan la diferencia entre los individuos.

## INTRODUCCIÓN

El siglo XXI tiene como característica primordial el cambio, de ahí que cualquier organización o entidad social debe enfrentarse a los retos que implica el vivir en un mundo en constante evolución, determinando así nuevas necesidades y dilemas que deben ser resueltos. Ante este panorama, vivimos en una sociedad compleja y global en la que los cambios se manifiestan a una velocidad vertiginosa, haciendo cada vez más necesaria una visión holística que permita manejar de una manera eficiente y eficaz la complejidad del entorno e interpretar la interdependencia de los fenómenos.

De ahí que este nuevo siglo compromete a las naciones, países, empresas e instituciones educativas a generar relaciones internacionales basadas en reglas, procedimientos y normas que permitan la interacción comercial, política y social entre ellas.

Aplicando el tema de estudio de esta investigación en las Universidades Tecnológicas, cabe mencionar que el distintivo ofrecido de éstas es la estrecha relación con el sector productivo, por lo que respondiendo a las necesidades del entorno mantiene como misión la de ofrecer programas de educación superior, pertinentes y de calidad, en los niveles de Técnico Superior Universitario y Licenciaturas afines vinculados con el sector productivo y social, para promover la competitividad de los egresados y el desarrollo regional y nacional. Los planes y programas de estudio de cada programa educativo está basado en competencias profesionales; los conocimientos, habilidades, capacidades, competencias, actitudes y desempeño profesional de los egresados, se diseñan y desarrollan de acuerdo a una metodología propia del Subsistema de Universidades Tecnológicas. La formación integral del educando se da a través del desarrollo de competencias transversales, relacionadas con formación sociocultural, habilidades directivas, formación en un segundo idioma, así como la realización de actividades culturales y deportivas. Por lo que las Universidades Tecnológicas se transforman y adaptan al mercado laboral, empresarial, social y gubernamental; aplicando una nueva forma de organizar el trabajo, y la transmisión del conocimiento, formando líderes empresariales y/o agentes de cambio.

Aunque el entorno de cada institución educativa mantiene matices particulares, es posible revelar rasgos generales de personalidad que distinguen a su población estudiantil por medio de la aplicación de pruebas psicométricas o psicodiagnósticos. En esta categoría están las pruebas de expresión (expresión corporal) como el PMK, el psicodiagnóstico de Rorschach, la prueba de percepción temática (TAT), la prueba del árbol de Koch, la prueba de figura humana de Machover, la prueba de Szondi, las pruebas de personalidad como el FIVE FACTOR y NEO Personality Inventory (NEO-PI-R), entre otras herramientas. Cabe mencionar que las pruebas de personalidad son específicas cuando se investigan

http://cc  
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



determinados rasgos o aspectos de la personalidad, debido a su costo de aplicación y análisis casi siempre se utilizan para la identificación del profesionista idóneo para puestos de alto nivel; para efectos de esta investigación se utilizará como herramienta de análisis el FIVE FACTOR, instrumento avalado por el Centro de Estudios Aplicados de Enfoque Cognitivo (Center for Applied Cognitive Studies) líder en la aplicación del modelo; la herramienta es estándar para los psicólogos y tiene su origen en las comunidades académicas y psicológicas. Jane y Howard Pierce fueron los primeros investigadores de escribir y publicar un artículo en 1995 sobre el Modelo de FIVE FACTOR y a partir de los 90's éste es compartido con el mundo empresarial, y sigue ganando cuota de mercado.

El utilizar una prueba psicométrica como el FIVE FACTOR para identificar perfiles de personalidad emprendedora en las IES representa una inversión que dará frutos en el mediano plazo, ya que podrán orientar los esfuerzos educativos hacia la formación integral de sus educandos con perfil empresarial para que sean capaces de enfrentar el desafío de la globalización del conocimiento; ya que los egresados de nivel superior deben contar con habilidades, actitudes, valores y el conocimiento que les permita desenvolverse en un mundo altamente competitivo (Castañón, 2003).

## 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EN UN CONTEXTO ALTAMENTE COMPETITIVO

La educación se presenta como una de las llaves de acceso al nuevo milenio, los sistemas educativos deben responder a los múltiples retos que lanza la sociedad, cumpliendo con un enriquecimiento continuo de los conocimientos y del ejercicio de una ciudadanía adaptada a las exigencias de nuestra época; de tal forma que las instituciones educativas tienden a adecuar sus procesos de enseñanza-aprendizaje para competir en contextos particulares ya sea de los países o de las mismas poblaciones.

La exigencia de la educación superior está basada en la formación del individuo para su desarrollo profesional y su contribución a la sociedad. Hoy en día no sólo se ha convertido en una necesidad el tomar en cuenta la naturaleza de esta exigencia, sino que dado los períodos cada vez más cortos en que se están produciendo los cambios en este mundo globalizado, la educación universitaria tiene ante sí un enorme desafío para enfrentar estos cambios, sobre todo por las formas tradicionales y conservadoras tal como se lleva a cabo la formación formativa en México.

La función de la educación emprendedora es básicamente la de fortalecer los valores emprendedores en la sociedad; es dar señales positivas para la capacidad individual y colectiva de generar beneficios para toda la comunidad.

El Doctor Rodrigo Varela Villegas es un investigador colombiano, Director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial en la Universidad ICESI<sup>1</sup> ha profundizado en el tema del emprendedor. Para Varela (2005) la responsabilidad de la "Universidad Moderna", es la

<http://congreso.investigacion.fca.unam.mx>

información **El ICESI es una institución de reconocido prestigio a nivel latinoamericano. Se sugiere la consulta de su sitio web en [http://www.icesi.edu.co/cdee/quienes\\_somos.jsp](http://www.icesi.edu.co/cdee/quienes_somos.jsp)**

Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



de ser un impulsor directo de los procesos de creación de empleos y de la prosperidad regional y nacional, es decir incidir en la transformación de una sociedad de empleados a una de empresarios, profundizado así en el tema de espíritu emprendedor en Latinoamérica. Rodrigo Varela (2005) afirma que anteriormente el enfoque de las universidades era hacia la formación de personas que fueran buenos funcionarios, de manera que su incorporación al sector productivo como empleados, les garantizara a ellos, un status y una forma de vida decorosa y a las empresas, un personal gerencial competente.

Por lo que la capacidad de innovar, de ser autónomo, de buscar la sustentabilidad, de ser protagonistas, pone de manifiesto la complejidad del sistema educativo, el cual debe tornarse flexible en sus modos de establecer contenidos y prepararse para el salto cuántico creativo hacia algo incierto, lo cual no puede ser descrito por un algoritmo, pero que es absolutamente indispensable para la tarea de transformar conocimientos científicos, tecnológicos, políticos y existenciales como un conjunto de sabiduría capitalizado en riqueza social. (Dolabela, 2003)<sup>2</sup>.

## 2. RETOS DEL EMPRENDEDOR MEXICANO

La IES ante el reto del formar líderes emprendedores capaces de transformar positivamente su entorno, no es una acción aislada, éstas necesitan del binomio universidad y educandos. De tal forma que éstos jóvenes visualizados e identificados como emprendedores, se enfrentan a la globalización del conocimiento, siendo éste el elemento transformador que debe y puede contribuir a hacer frente a los retos del futuro, aportando herramientas para la comprensión de los problemas y ofreciendo al mismo tiempo instrumentos para la búsqueda creativa que den solución a la problemática social, económica y política de su país (Moreno, 2008).

Para poder comprender el término “empresario vs emprendedor” es necesario remontarse a mediados del siglo XVIII, cuando por primera vez el pensador francés Cantillon (1778) en sus escritos de 1755, señala que el *entrepreneur* es aquella persona que tiene entre sus funciones la de crear y poner en marcha la actividad empresarial. Del mismo modo, autores como Herbert y Link (1989), basando sus aportaciones en la Teoría Económica, sostienen que este empresario posee la tenacidad de asumir riesgos como la de crear una empresa e innovar, derivando así en la acción de “emprender”.

En general se han utilizado términos como empresarialidad, emprendimiento, emprendedurismo, espíritu emprendedor, actitud empresarial e incluso ante la dificultad para pronunciarlo y acotarlo, parece ser un fenómeno social y económico complejo en el que intervienen tanto los individuos y los emprendedores, que serían los agentes del cambio y la innovación además de una serie de factores culturales, sociales, económicos y en general de entorno que caracterizarían al proceso de cambio. Algunas otras posturas se mencionan a continuación:

<http://congreso.investigacion.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08





AUTOR	POSTURA
FUNDA-PRO (2005)	Aproximándose al conocimiento científico de la expresión “cultura o vocación emprendedora” es necesario recurrir al término anglosajón “entrepreneur o entrepreneurship”; estos dos conceptos que han generalizado, sobre todo, en el ámbito económico y sociológico, tienen como origen etimológico la palabra francesa “entreprendre”
González (2004)	Hace referencia al “emprendedor” o sujeto, mientras que la segunda se enfoca a “la capacidad que tiene éste de emprender y generar nuevos negocios o empresas”
Brush (2003)	Entendiendo que el proceso general en que el emprendedor interviene como el que emprende y crea una empresa, se denomina creación empresarial del entrepreneurship

Figura 1 Contextualización del término “emprendedor”. Elaboración Propia.

### 3. NOCIONES SOBRE LA GENÉTICA EMPRENDEDORA

Se destinan diversos recursos para describir y formular la tipología de emprendedores y al día de hoy sigue existiendo la discusión permanente sobre cómo es posible influir en la formación de las identidades de los emprendimientos y si esto es o no dependiente de la naturaleza personal del emprendedor (Peteiro, 2007). Por lo que es importante distinguir entre los factores determinantes personales que motivan la intención emprendedora (pull), como el locus de control, la necesidad de logro, la autoeficacia, las capacidades creativas y/o la actitud proactiva; de los factores determinantes externos que empujan a la actuación emprendedora (pull), así como las condiciones del contexto y los estímulos socioculturales incluyendo entre otros, a las intervenciones del sector educativo y a la política pública de promoción empresarial (McClelland, 1967).

El concepto identidad individual del emprendedor se modela por la concesión del patrón genético parental de cada persona y la adquisición de las experiencias acumuladas durante los procesos cognitivos de su inclusión cultural. De los distintos aspectos de la identidad personal, el más importante para comprender el proceso de actuación emprendedora es la manera en como nuestra identidad emprendedora nos moviliza para forjar nuestro propio destino asumiendo los riesgos y los resultados (Waterman, 1982). Siendo así que la personalidad del individuo está compuesta por la comprensión de la historia individual, filogenia y sistema sociocultural e histórico.

No existe un perfil estereotipado de la vocación emprendedora, más bien, existen varios perfiles que corresponden a las diferentes personalidades, en diferentes contextos y con diferentes necesidades y expectativas (Dether, 2008). Por lo que este estudio de investigación busca identificar un perfil de personalidad emprendedora que dé respuesta a la gestión educativa moderna.

El académico clásico, David McClelland (1967), realizó estudios sobre el concepto del espíritu emprendedor, desde un punto de vista psicológico, el cual se concentran en el estudio de quien es un emprendedor y/o rasgos de su personalidad, en el que dicho comportamiento se basa en la necesidad de logro. A continuación se plasman algunas posturas sobre el tema:



AUTOR	POSTURA
Veciana (1989)	Maneja como motivadores de la actitud emprendedora, la independencia, necesidad de logro, control interno, tolerancia al riesgo e incertidumbre, insatisfacción, intuición y sobre todo la capacidad de aprendizaje.
Naffzinger, Horsnsby y Kuratko (1994)	Los rasgos personales, entorno personal, objetivos personales, idea del negocio, y entorno del negocio son los factores que detonan la actitud emprendedora.
Rubio, Cordón y Agote (1999)	Consideran el afán de lucro, independencia económica y personal, puesta en marcha de ideas propias, dirigir un grupo de personas y encontrar un empleo son factores que impulsan dicha actitud en el individuo emprendedor.

Figura 2 Motivadores de la personalidad emprendedora. Elaboración propia.

#### 4. RASGOS DE PERSONALIDAD EMPRENDEDORA (MODELOS)

El concepto de personalidad está formado por constructos hipotéticos que ayudan a explicar la conducta de los sujetos. Los factores ambientales en interacción con estos constructos, derivados de factores temperamentales (heredados) y caracterízales (aprendidos) constituyen una explicación necesaria y suficiente para los clínicos que siguen un modelo de la personalidad.

La personalidad desde un enfoque descriptivo es posible definirla como el conjunto de todas las disposiciones, impulsos, tendencias y apetencias biológicos y adquiridos por la experiencia; bajo una perspectiva estructural se define como la organización mental total de un ser humano que comprende todos los aspectos del carácter como intelecto, temperamento, habilidades, moralidad y todas las actitudes elaboradas en la vida del sujeto. Allport (Mendoza 2006 y 2010) define a la personalidad como una organización dinámica en el interior del individuo, de los sistemas psicofísicos que establecen su conducta y pensamiento característicos.

Las teorías somatopsíquicas, psicodinámicas, organísmicas o fenomenológicas con conductistas establecen desde un enfoque estructural de la personalidad que existe una estructura interna global e indisoluble y por lo tanto, la personalidad se estudia como un todo desde lo teórico a lo empírico.

#### 5. FIVE FACTOR COMO HERRAMIENTA DE ESTUDIOS PSICOMÉTRICOS

FIVE FACTOR, herramienta psicométrica, facilita la labor de las IES al identificar de manera temprana los perfiles estudiantiles con potencial emprendedor, fortaleciendo la responsabilidad social de formar futuros profesionistas que sean capaces de desempeñarse de una manera eficiente y eficaz en el mercado laboral, así como el de ser generadores de cambio y transformadores de su entorno. La aplicación de estudios psicométricos como filtro al inicio de la vida estudiantil permitirá identificar el potencial del grupo de educandos que inician su proceso de formación y maduración académica.

La razón por la cual se eligió FIVE FACTOR como herramienta psicométrica para aplicarla al sector educativo y en particular de este estudio de investigación a las Universidades Tecnológicas, se debe a que a la fiabilidad del coeficiente alfa cronbach prueba para el corto plazo que es de 0.9 mientras que a largo plazo es 0.7. Esta herramienta se conforma de un cuestionario de 240 afirmaciones con una duración de aplicación entre 40 y 60 minutos. Para dar confiabilidad a la prueba, se realizó una matriz de correlación utilizando



el MINITAB, arrojando que el valor de Alfa de Cronbach fue de 0.7232, valor que se encuentra en el rango general de la prueba y para cada factor es consistente. El diseño de este instrumento se basa en una escala de likert, en la que por afirmación se encuentran las siguientes opciones: todo falsa o si está totalmente desacuerdo (TD), casi toda falsa o si esta desacuerdo (D), casi igualmente cierta o falsa o si es neutral (N), casi toda cierta o si está de acuerdo (A) y toda cierta o si esta totalmente de acuerdo (TA).

Los Cinco Grandes o el Modelo de los Cinco Factores (MCF), varía en cierta medida entre los distintos investigadores, la nomenclatura más clara es, sin lugar a dudas, la de Paul Costa y Robert McCrae, investigadores en el Centro de Baltimore para el Estudio del Envejecimiento y coautores de los inventarios de la personalidad NEO-FFI y NEO-PI-R. Tomando como base el trabajo de Costa (con ciertas modificaciones), decidieron usar estas etiquetas para las dimensiones: *Emociones Negativas*, *Extroversión*, *Receptividad*, *Afabilidad* y *Escrupulosidad*.

Estas cinco etiquetas son una forma abreviada poderosa para referirse a los patrones complejos y sutiles de las diferencias individuales. Cada uno de los cinco nombres de los rasgos representa miles de características genéticas específicas. Las combinaciones de estos genes establecen la base para las conductas específicas y la ocurrencia simultánea de muchas de estas conductas en las personas es lo que nos orilla a hablar de los “rasgos”, que no son más que un conjunto correlacionado de conductas, aunque no todas las conductas típicas de un rasgo deben ocurrir en una persona para que nosotros veamos ese rasgo en ella.

### 5.1 Descripción del Perfil de Personalidad basado en el FIVE FACTOR

a) Emotividad Negativa (cómo reaccionamos a la tensión): se refiere en realidad al grado de flexibilidad que tiene una persona para recuperarse de situaciones de tensión.



Figura A Elementos FIVE FACTOR

b) Extroversión (cómo nos enfocamos a los demás): se refiere a los grados de preferencia que tiene una persona para participar de manera activa con los demás.

c) Apertura (cuántos intereses desarrollamos): se refiere al nivel en el cuál una persona siente curiosidad por los mundos interno y externo.

d) Adaptabilidad (cómo nos relacionamos con la autoridad): es una medición de cuánto nos enfocamos en los demás en comparación a cuánto nos enfocamos en nosotros mismos.

e) Enfoque de metas (cómo nos enfocamos en el trabajo y en las metas): se refiere al control personal enfocado en la voluntad para lograr las cosas.



## 6. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

### 6.1 Criterios de Investigación:



a) Criterio de control *no experimental*, investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables y sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (Briones,2002).

b) Criterio de temporalidad: *prospectivo*, porque los datos se recabaron con posterioridad al planteamiento de la investigación.

Figura B Esquema de Investigación

En la primera fase de la investigación basada en un enfoque cualitativo, las competencias relevantes se obtuvieron a través de las categorías cruzadas de competencias y rasgos de personalidad que marca la vocación emprendedora; tomando en cuenta las 27 competencias genéricas acordadas en el Proyecto Tuning para América Latina, el Programa Europeo que comprende seis competencias (Empreuding 21, 2002), el Boletín del Programa PRONUEVO de Santiago de Chile (Informativo no. 10, septiembre-noviembre 1996), el Global Entrepreneurship Monitor (1994) y el Eurobarómetro (1994). En contraparte se realizaron entrevistas a líderes de opinión para determinar el perfil de personalidad emprendedora basada en competencias; los criterios para elegir a los participantes se describen a continuación:

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
Proceso de Aprendizaje	Este líder de opinión cuenta con la capacidad de poner en práctica el conocimiento para resolver problemas, además de ser crítico de su contexto y autocrítico de sus acciones.
Valores Sociales	Manifiesta a través de sus acciones éticas un alto compromiso de responsabilidad sociocultural
Contexto Tecnológico	Cuenta con la habilidad de hacer uso de las tecnologías de información que benefician y agilizan sus procesos.
Estilo de Gestión	Cuenta con la capacidad de tomar decisiones y administrar los recursos,
Habilidad Interpersonal	Cuenta con la capacidad de motivar y hacer empatía, participa activamente en foros públicos y su trayectoria laboral basada en el trabajo en equipo

Figura 3 Criterios basados en competencias. Elaboración propia.

Una vez filtrada la información, fue posible establecer cinco dimensiones sobre competencias categorizadas, que a continuación se muestran:



CONCEPTO	DIMENSIONES (D)	ITEMS (I)
Determina el proceso mediante el cual el individuo adquiere y aplica habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores.	1. Proceso de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de abstracción, análisis y síntesis</li> <li>• Capacidad de aprender, actualizarse y poner en práctica el conocimiento (Creatividad)</li> <li>• Capacidad de identificar, plantear y resolver problemas (Visionario)</li> <li>• Capacidad de crítica y autocrítica</li> </ul>
Determina la responsabilidad y el compromiso de sus acciones y las repercusiones de las mismas ante la sociedad	2. Valores sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso y responsabilidad con su medio sociocultural y medio ambiente</li> <li>• Compromiso ético</li> </ul>
CONCEPTO	DIMENSIONES (D)	ITEMS (I)
Establece la manera en la que interactúa el individuo en su medio ambiente laboral y social	4. Estilo de Gestión y Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para tomar decisiones</li> <li>• Capacidad para organizar y planificar en el tiempo (Administrador de recursos)</li> <li>• Capacidad para trabajar en equipo</li> </ul>
Establece la manera en la que se comunica e impacta en su ambiente laboral y social	Habilidad Interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes (Liderazgo)</li> <li>• Capacidad Empática y de comunicación tanto oral como escrita</li> </ul>

c) Criterio de dimensionalidad: **transversal o transeccional**, la recolección de datos se realizó en un solo momento y en un tiempo único (Hernández, Collado y Baptista, 2010).

## 6.2 Muestra poblacional

CUATRIMESTRE SEP-DIC 2009		ALUMNOS INSCRITOS	ALUMNOS OFICIALES
Población	N	190	140
Nivel de fracaso	Q	0.9	0.9
Nivel de éxito	P	0.1	0.1
Cota de error	E	0.05	0.05
Área bajo la curva	Z	1.645	1.645
Número de muestra	N.unam.mx congreso@fca.unam.mx	64	<u>57</u>

Figura 4 Estadísticos

La selección de la muestra, establecido como un subgrupo de la población sujeta de estudio de la cual se recolectarán los datos, está definida por la unidad de análisis (casos o elementos) que estará delimitado de antemano con precisión.

http://www.investigacion.congreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



El muestreo estará categorizado como probabilístico, en la que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, definiendo así características de la población y tamaño de la muestra por medio de una selección aleatoria.

### 6.3. Resultados y validez del constructo

La confiabilidad de la prueba al realizar una matriz de correlación utilizando el MINITAB, arrojando que el valor de Alfa de Cronbach fue de 0.7232, es posible aplicar esta herramienta psicométrica a un grupo de estudiantes de la Universidad Tecnológica. A continuación se plasma la relación de competencias categorizadas (dimensiones e ítems) y las variables que contempla el FIVE FACTOR y la tabla que resulta de la aplicación a la muestra poblacional:

VARIABLE	PORCENTAJE
<b>MUESTRA POBLACIONAL</b>	57
<b>Hombres</b>	28
<b>Mujeres</b>	29
<b>ESTADO CIVIL</b>	
<b>Solteros</b>	38
<b>Casados</b>	19
<b>Edad</b>	
<b>21 y menos de 25 años</b>	3
<b>25 y menos de 30 años</b>	20
<b>30 y menos de 35 años</b>	25
<b>35 y menos de 40 años</b>	9
<b>PROGRAMA ACADÉMICO DE PROCEDENCIA</b>	
<b>TSU Administración</b>	22
<b>TSU Comercialización</b>	25
<b>TSU Servicio Postventa Área Automotriz</b>	10

Figura 5 Muestra Poblacional

DIMENSIONES	ITEMS	Variable	Variable	Variable	Variable
1. Proceso de aprendizaje	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis	<b>Orden</b>	Ideas	Valores	
	Capacidad de aprender, actualizarse y poner en práctica el conocimiento (Creatividad)	<b>Fantasia</b>	<b>Acciones</b>	Ideas	Valores
	Capacidad de identificar, plantear y resolver problemas (visionario)	<b>Fantasia</b>	Valores	<b>Esfuerzo por el logro</b>	Emoción positiva
	Capacidad de crítica y autocritica	<b>Desánimo</b>	<b>Asertividad</b>	Docilidad	Modestia
2. Valores Sociales	Compromiso y responsabilidad con su medio sociocultural y medio ambiente	Colaboración	<b>Empatía</b>	<b>Responsabilidad</b>	
	Compromiso ético				
3. Contexto tecnológico	Habilidad para el uso y comunicación de tecnologías de información	<i>HABILIDAD TÉCNICA (no relacionada con la personalidad)</i>			
4. Estilo de gestión y trabajo	Capacidad para tomar decisiones	Impulsividad	<b>Deliberación</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Vulnerabilidad</b>
	Capacidad para organizar y planificar en el tiempo (Administrador de recursos)	<b>Esfuerzo por el logro</b>	<b>Orden</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Autodisciplina</b>
	Capacidad para trabajar en equipo	Colaboración	<b>Empatía</b>	<b>Competencia</b>	
	Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes (Liderazgo)	<b>Competencia</b>	<b>Esfuerzo por el logro</b>	<b>Asertividad</b>	<b>Empatía</b>
	Capacidad Empática y de comunicación tanto oral como escrita	<b>Asertividad</b>	Sociabilidad	<b>Autoimagen</b>	<b>Empatía</b>



Gp	Sx	SUJETO	FACTOR					FACETA																																		
			N	E	O	A	C	N1	N2	N3	N4	N5	N6	E1	E2	E3	E4	E5	E6	O1	O2	O3	O4	O5	O6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	C1	C2	C3	C4	C5	C6					
			30	60	58	50	60	35	35	30	30	30	65	60	65	65	65	65	65	65	55	65	50	55	65	55	60	55	55	55	45	45	60	65	55	60	65	65	55			
A	M	1	S	41	69	79	58	57	38	42	43	40	50	45	62	52	55	58	71	62	69	79	65	50	72	66	60	62	60	55	42	60	50	52	60	58	58	50				
A	F	2	S	40	69	53	54	63	57	45	31	45	38	38	62	63	50	62	62	66	55	58	48	52	55	40	35	60	73	65	40	45	55	33	70	62	70	73				
A	M	3	S	51	59	57	48	59	55	53	48	50	50	55	60	52	60	58	52	55	63	60	55	50	42	35	42	62	58	45	50	52	60	65	58	62	72					
A	F	4	S	30	61	64	57	79	35	40	31	28	33	24	52	47	67	48	60	70	65	57	60	55	73	42	62	48	55	60	45	58	71	62	70	58	62	51				
B	F	5	S	47	54	48	52	60	57	53	40	52	32	55	50	55	48	48	52	60	50	55	48	45	48	45	52	52	55	58	38	55	50	55	60	62	48	69				
B	M	6	S	50	61	58	45	75	48	45	50	48	62	48	48	65	65	58	53	52	55	60	50	58	65	40	42	38	50	60	35	55	58	60	71	60	69					
B	M	7	S	52	62	52	44	59	53	48	45	55	58	52	52	63	58	58	58	55	52	52	50	55	42	48	55	55	48	40	48	60	42	52	60	60	65					
B	M	8	S	34	54	54	41	61	42	50	37	31	32	35	52	48	62	58	50	42	52	50	38	55	62	56	34	50	58	45	33	50	60	34	85	70	55	65				
C	F	9	S	44	65	70	37	61	55	35	42	48	50	42	48	55	58	71	55	73	69	60	62	55	68	50	42	25	75	38	34	42	60	73	52	60						
C	F	10	S	43	60	48	54	57	45	53	42	40	40	50	52	71	55	45	40	40	50	45	52	55	62	45	48	55	60	48	62	58	58	47	60	58	47					
C	F	11	S	38	74	60	40	57	42	52	38	28	45	40	58	60	69	60	73	71	67	58	50	40	70	45	55	48	55	48	23	42	58	48	40	70	58	52				
C	M	12	S	38	72	63	34	74	43	52	38	40	40	31	55	60	71	69	60	70	68	60	71	55	48	25	24	60	38	40	42	58	62	70	60	58	52					
C	M	13	S	41	63	61	48	62	52	45	35	45	38	48	55	69	47	47	62	75	71	52	42	42	62	65	52	42	60	60	32	50	70	45	85	60	62	55				
C	F	14	S	47	53	57	48	58	52	48	43	42	45	58	42	55	55	47	63	48	55	50	73	60	45	48	58	50	48	38	42	55	50	60	55	50	62					
C	F	15	S	42	69	57	36	53	43	45	43	35	38	38	32	63	69	60	71	65	57	68	52	50	48	48	50	24	38	38	42	60	50	48	38	58	60	58				
C	F	16	S	48	75	49	47	73	53	50	45	55	50	31	58	55	65	75	73	71	40	47	58	50	58	48	45	45	60	42	33	71	60	55	52	70	65	69				
C	F	17	S	45	62	47	52	56	52	52	45	50	33	48	48	45	55	47	60	60	67	46	57	45	60	42	52	62	45	55	48	50	55	52	60	55	52	60				
C	F	18	S	49	72	65	34	36	50	53	43	45	35	48	58	52	62	65	65	58	73	71	62	68	55	48	58	65	45	33	38	40	33	40	38	60	52	60				
C	F	19	S	37	74	47	43	65	50	28	31	35	60	31	62	62	75	60	63	73	57	55	33	36	56	48	52	52	48	38	30	58	65	52	55	71	68	58				
C	F	20	S	54	58	56	41	51	53	52	60	50	45	55	50	62	57	50	52	60	58	57	50	58	53	45	38	38	42	50	52	45	45	45	45	52	52	60				
C	F	21	S	52	61	57	46	53	48	60	52	48	55	48	45	50	65	62	53	70	62	60	52	40	50	55	40	62	65	50	35	50	58	38	58	58	52	45				
C	F	22	S	50	52	52	54	47	50	60	43	45	50	50	52	58	60	45	45	50	52	55	42	60	45	52	48	55	65	62	52	42	52	38	48	52	52	45				
C	F	23	S	51	54	53	49	63	50	53	60	50	38	55	58	58	32	52	62	58	57	55	62	52	60	70	48	22	65	60	52	58	48	60	65	71	62	50				
C	M	24	S	41	64	55	35	37	45	52	40	38	48	39	50	60	62	50	67	65	58	52	50	58	53	45	48	32	55	38	32	42	58	50	55	65	55	48				
C	M	25	S	49	72	65	34	36	50	66	40	40	35	48	42	50	58	71	69	73	37	60	57	58	73	65	45	33	38	40	33	40	38	50	60	52	62	60				
C	M	26	S	44	70	49	35	57	45	63	40	42	52	40	55	69	65	58	58	65	58	43	42	50	70	50	52	32	48	48	32	58	52	62	55	50	52					
D	F	27	S	36	63	70	79	49	35	30	50	40	33	50	65	47	58	48	62	73	62	79	65	58	70	31	65	65	73	79	33	71	58	48	65	25	36	69				
D	F	28	S	48	58	47	34	50	57	45	52	45	38	52	48	65	52	55	58	52	62	45	42	42	53	38	33	31	42	48	35	45	48	45	34	58	48	69				
D	M	29	S	51	57	54	34	48	53	55	50	48	48	50	58	60	48	63	55	58	62	42	58	50	40	45	24	50	24	38	62	35	50	52	38	50	60	47				
D	M	30	S	40	54	50	42	57	48	40	38	38	33	60	55	58	52	53	40	48	48	48	58	62	45	52	48	35	50	38	42	48	58	70	70	60	60					
D	M	31	S	52	56	60	36	52	55	55	50	45	52	50	42	55	55	60	63	45	45	50	62	42	53	45	38	40	38	38	52	38	45	50	50	52	58	52				
D	M	32	S	52	56	46	56	51	45	40	60	55	52	60	68	52	69	73	58	62	60	50	52	54	31	55	57	40	62	65	48	45	60	65	60	50	48	38				
Y	M	33	S	49	61	53	46	59	50	50	50	45	45	48	50	48	55	55	60	58	60	57	62	68	40	50	38	31	38	42	45	55	58	58	55	60	58	34				
X	F	34	S	62	63	52	34	50	56	66	50	48	71	65	40	62	67	65	63	65	47	50	62	58	50	45	35	40	45	24	32	45	52	52	50	55	48	42				
X	F	35	S	56	54	48	46	49	60	45	55	55	45	65	50	47	47	50	63	55	58	55	52	65	52	31	40	32	52	62	34	55	45	48	62	55	45	40				
X	F	36	S	36	75	61	37	32	40	40	20	20	60	45	70	79	73	52	63	60	57	57	62	62	53	52	48	34	45	40	38	45	52	42	35	34	24	42				
X	F	37	S	61	74	58	49	53	69	68	57	53	52	55	70	77	65	62	67	55	58	60	60	40	53	52	60	32	75	24	50	62	40	55	55	77	45	38				
X	M	38	S	60	75	70	23	50	58	75	58	31	65	58	48	65	79	69	65	57	63	79	40	68	50	21	24	24	21	20	55	60	35	62	71	45	31	45				
X	M	39	S	58	69	52	40	48	52	69	50	52	58	55	50	58	60	48	67	60	57	58	58	42	48	50	42	35	50	40	38	50	45	55	49	55	49	45				
X	M	40	S	48	50	55	25	53	50	48	50	50	45	48	50	48	55	55	58	65	58	43	42	50	70	50	52	32	48	48	32	58	52	62	55	50	52					
X	M	41	S	58	55	47	25	57	62	67	55	50	52	38	63	58	52	62	42	35	50	55	52	40	25	31	38	35	33	45	55	58	52	65	52	46	42					
X	M	42	S	39	70	39	36	60	48	48	40	35	36	42	52	63	69	60	69	55	42	42	42	35	48	48	40	45	55	40	33	38	58	50	60	62	52	60				
Y	F	43	S	60	56	56	43	35	57	50	52	60	62	65	52	58	55	48	52	60	48	58	60	62	43	50	38	40	50	45	45	55	35	32	42	52	36	42				
Y	F	44	S	60	52	51	36	39	60	66	57	45	58	58	42	60																										



## 7.1 Tabla referencial FIVE FACTOR

FACTOR	FACETA	PUNTAJE PROPUESTO	BAJO	MEDIO	ALTO
EMOTIVIDAD NEGATIVA	N1 - Preocupación	35	35		
	N2 - Enojo	35	35		
	N3 - Desánimo	30	30		
	N4 - Autoimagen	30	30		
	N5 - Impulsividad	30	30		
	N6 - Vulnerabilidad	30	30		
EXTROVERSIÓN	E1 - Afectividad	65			65
	E2 - Sociabilidad	60			60
	E3 - Asertividad	65			65
	E4 - Actividad	65			65
	E5 - Aventura	55			55
	E6 - Emoción Positiva	65			65
APERTURA	O1 - Fantasía	55			55
	O2 - Estéticos	50		50	
	O3 - Sentimientos	55			55
	O4 - Acciones	55			55
	O5 - Ideas	55			55
	O6 - Valores	60			60
ADAPTABILIDAD	A1 - Confianza	55			55
	A2 - Franqueza	55			55
	A3 - Colaboración	55			55
	A4 - Docilidad	45	45		
	A5 - Modestia	45	45		
	A6 - Empatía	60			60
ENFOQUE DE METAS	C1 - Competencia	65			65
	C2 - Orden	55			55
	C3 - Responsabilidad	60			60
	C4 - Esfuerzo por el logro	65			65
	C5 - Autodisciplina	65			65
	C6 - Deliberación	55			55
		<b>VARIABLES CRÍTICAS</b>			

Figura 8 Tabla Referencial FIVE FACTOR

En la tabla referencial del FIVE FACTOR están indicados los cinco factores genéricos que evalúa el instrumento, las treinta facetas que analiza, el puntaje propuesto para cada faceta (validado por líderes de opinión) e indicadores de análisis por color rojo, amarillo y verde, que son marcados según el rango. En la columna de puntaje propuesto se marcan en color rojo las casillas en las que el puntaje y faceta se consideran variables críticas ya que son vitales para que sean cubiertas como ideal por parte del sujeto de análisis.

La lectura de los datos en función al puntaje propuesto (rangos por default: menores a 45 es bajo, se denomina medio entre 45 y 55 y alto mayor de 55), toda marcación mayor a 55 en adelante se le asignará un color verde; lo que significa que esta faceta esta en el ideal de la característica que solicita el puesto. Sí el puntaje que arroja el instrumento oscila entre 45 y 55 según rango determinado por default, el color a asignar será amarillo, lo que indica que es posible pulir esta faceta pero no representa ningún conflicto. Pero sí el puntaje es menor a 45, color asignado será rojo, ya que será una característica que difícilmente podrá ser moldeada.

En la segunda etapa del estudio bajo un enfoque cuantitativo, se seleccionó una muestra aleatoria de 57 alumnos de nivel superior, a quienes se les invitó a contestar instrumento; arrojando los siguientes resultados grupales que permiten comprender cuál fue el comportamiento de esta población:

Figura 9 Resumen del Grupo

RESUMEN DEL GRUPO			
Emotividad Negativa	<i>Ecuánime</i>	<i>Sensible</i>	<i>Reactivo</i>
	31.6%	36.8%	31.6%
Extroversión	<i>Introvertido</i>	<i>Normal</i>	<i>Extrovertido</i>
	7.0%	28.1%	64.9%
Apertura	<i>Conservador</i>	<i>Moderado</i>	<i>Explorador</i>
	12.3%	49.1%	38.6%
Adaptabilidad	<i>Retador</i>	<i>Negociador</i>	<i>Adaptable</i>
	61.4%	29.8%	7.0%
Enfoque a metas	<i>Flexible</i>	<i>Balanceado</i>	<i>Enfocado</i>
	21.1%	31.6%	47.4%



## 7. 2 Clasificación por grupos de las cinco dimensiones y las facetas correspondientes



Figura 10 Concentrado del Grupo

La lectura de los resultados de la muestra poblacional, son incluidos en seis grupos que a continuación se describen:

- Grupo A: son aquellos sujetos que cumplen totalmente (sin rojo en factores y facetas), a éstos sólo es necesario darles seguimiento para el cumplimiento de objetivos. (7% de la población)
- Grupo B: son aquellos sujetos que cumplen pero tienen una faceta no crítica que es necesario trabajarla. (7% de la población)
- Grupo C: son aquellos que tienen al menos una faceta crítica en rojo. (31.6% de la población)
- Grupo D: presentan de dos a tres facetas críticas. (10.5% de la población)
- Grupo X: cuentan con un factor crítico rojo y de una a tres facetas críticas en rojo. (17.5% de la población)
- Grupo Y/Z: es un perfil personalidad fuera de parámetros.

Los datos que arroja la aplicación de este estudio son alentadores, ya que la población de análisis en la Universidad Tecnológica mantiene una concentración del 17% como personas que cumplen el perfil de personalidad emprendedora basada en competencias, un 36% que son perfectibles para modelar como agentes de cambio y 18% que formarán parte de cuadrilla operativa.

## CONCLUSIONES

La aplicación de estudios psicométricos al campo educativo permite a las instituciones fortalecer su función social como formadores de futuros emprendedores y profesionistas que den solución a problemáticas sociales. Si viéramos a las IES como entidades empresariales, los alumnos serían candidatos que son reclutados y seleccionados para ocupar los diferentes cargos en la organización; esto con la finalidad de mantener o aumentar la eficiencia y desempeño del personal así como la rentabilidad de la misma.

La prueba FIVE FACTOR posee validez del 0.7232 alfa cronbach y es de suma utilidad ya que mide lo que debe ser optimizando en una organización, los recursos humanos disponibles; por otro lado brinda una aproximación diagnóstica, acota los tiempos y ofrece elementos objetivos para la práctica profesional. FIVE FACTOR como test psicométrico permite la evaluación psicológica o psicométrica de los candidatos, evalúa las aptitudes de las personas (rasgos innatos). Los resultados de estos exámenes aunados a los datos obtenidos de la oferta de servicio del postulante (a través de la entrevista) brindan a la

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

institución educativa información sobre el perfil de cada uno de los candidatos (alumnos) para así orientarlos y optimizar sus habilidades.

Por lo que la aplicación de la herramienta permite la búsqueda de empresarios en formación dentro de las Universidades Tecnológicas, facilitando la tarea de potenciar dichos patrones complejos y sutiles que marcan la diferencia entre los individuos; permitiendo la construcción de un perfil de personalidad emprendedora que sea aplicable al entorno de los jóvenes queretanos.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012  
Ciudad Universitaria  
México, D.F.

# XVIII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Diseno: FEA, Maritza Alvarez Pineda / Montañas - Fotografía: Raulo Lopez Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



**ANFECA**  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



## Bibliografía

- Borjas, L. (2003). Espíritu empresarial, creatividad empresarial. Un nuevo reto. *Anales de la Universidad Metropolitana de Venezuela*, 3 (2). Recuperado el 30 de septiembre de 2005, de <http://ares.unimet.edu.ve/academic/revista/anales3.2/contenido.html>
- Briones, C. (2005). *Apuntes de la primera feria del emprendedor de Celaya*. Manuscrito no publicado.
- Briones, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Recuperado el 14 de agosto de 2005, del sitio web del *instituto colombiano para el fomento de la educación superior*: [http://www.icfes.gov.co/cont/s\\_fom/pub/libros/ser\\_inv\\_soc/modulo3.pdf](http://www.icfes.gov.co/cont/s_fom/pub/libros/ser_inv_soc/modulo3.pdf)
- Cantillon, R. (1931). *Première partie. In essai sur la nature du commerce en général*. London, UK: MacMillan.
- Carvajal, A. (2003). *Espíritu empresarial y motivación al logro, estudio comparativo en estudiantes de administración y educación en la universidad experimental Simón Rodríguez*. Manuscrito no publicado, Universidad Experimental Simón Rodríguez, Caracas, Venezuela.
- Casson, M. (1982a). *Basic concepts of the theory. The entrepreneurs: an economic theory* (pp. 22-38). New York, NY, EE. UU.: Barnes and Noble Books.
- Casson, M. (1982b). *The entrepreneur as coordinator. The entrepreneurs: an economic theory* (pp. 57-66). New York, NY, EE. UU.: Barnes and Noble Books.
- Charles, D. (2003). Universities and territorial development: reshaping the regional role of UK universities. *Local Economy*, 18 (1), 7-20.
- Charles, D. (2006). Universities as key knowledge infrastructures in regional innovation systems'. *Innovation*, 19 (1), 117-130.
- Dolabela, F. (2009, 8 de octubre). *Principios fundamentales para la educación emprendedora, ejemplos prácticos de educación primaria, secundaria, universitaria y para emprendedores*. Conferencia magistral presentada en el XX Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial. Diapositivas recuperadas el 10 de enero de 2010, de <http://www.icesi.edu.co/cee2009/oct8.html>
- Gartner, W. B. y Birley, S. (2002). Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 17 (5), 387-394.
- 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 Review*, 4 (3), 213-232.
- Gibb, A. y Hannon, P. (2006). Towards the Entrepreneurial University? *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 73-110.

<http://congreso.informacongreso.org>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

 ANFECA  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



- Gibb, A. (2007). Entrepreneurship: Unique Solutions for Unique Environments. Is it possible to achieve this with the Existing Paradigm? *International Journal of Entrepreneurship Education*, 5, 93-142.
- Gibb, A., Haskins, G. y Robertson, I. (2009). *Leading the entrepreneurial university*. Recuperado el 2 de enero de 2010, del sitio web del *National Council for Graduate Entrepreneurship* de la Saïd Business School, perteneciente a la University of Oxford:  
[http://www.ncge.com/uploads/NCGE\\_Yellow\\_Paper\\_Final.pdf](http://www.ncge.com/uploads/NCGE_Yellow_Paper_Final.pdf)160
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4a. Ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill.
- McClelland, D. C. (1958). Risk-taking in children with high and low need for achievement . En J. W. Atkinson (Eds.), *Motives in fantasy, action, and society*. (pp. 306-321). Princeton, NJ, EE. UU.: Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1967). *The achieving society*. New York, NY, EE. UU.: Irvington Publishers.
- McClelland, D. C. (1976). *In the achieving society*. Princeton, NJ, EE. UU.: Van Nostrand.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of creative behavior*, 21 (3), 219-233.
- Mendoza, F. M. (2005a). *Apuntes del Congreso Internacional de Emprendedores e Incubadoras de Negocios*. Manuscrito no publicado, Universidad de Celaya, Guanajuato, México.
- Mendoza, F. M. (2005b). *Apuntes de la Expoemprende 2005*. Manuscrito no publicado, Universidad de Celaya, Guanajuato, México.163
- Mendoza, F. M. (2006). *Validación de un instrumento para medir el espíritu empresarial en un grupo de jóvenes universitarios*. Tesis de maestría no publicada, Universidad de La Salle Bajío, Guanajuato, México.
- Shapero, A. (1981). Self-renewing economies. *Economic Development Commentary*, 5, 19-22.
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A.
- Varela, R. (2005, noviembre). *La Educación, la Universidad y la Cultura Empresarial*. Investigación presentada en el Engineering for the Americas Symposium en Lima, Perú. Documento recuperado el 30 de noviembre de 2009, de <http://www.oest.oas.org/engineering/ingles/documentos/ppt/Rodrigo%20Varela.pdf> 167



Octubre 3, 4 y 5 de 2010  
Ciudad Universitaria  
México

CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE  
CONTADURÍA  
ADMINISTRACIÓN  
E  
INFORMÁTICA

Foto: FCA, Martínez, Anahí, Pérez, Mónica, Mónica

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



**ANFECA**  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510



- Varela, R. (2009, octubre). *El impacto de la educación y de la formación empresarial en las actividades empresariales en Colombia*. Investigación presentada en el XX Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial en Cali, Colombia. Documento recuperado el 15 de enero de 2010 de [http://www.icesi.edu.co/cee2009/documentos/ponencias/oct9/presentaciones/ppt\\_p1\\_luis\\_miguel\\_alvarez\\_y\\_otro.pdf](http://www.icesi.edu.co/cee2009/documentos/ponencias/oct9/presentaciones/ppt_p1_luis_miguel_alvarez_y_otro.pdf)
- Villicaña, J. (2007). *El papel de las universidades privadas en América Latina ante el emprendimiento, el caso de Chile y México*. Tesis de maestría no publicada, Universidad de Bologna, Italia.

### Links

- <http://etimologias.dechile.net/?aprender>
- <http://endeavor.org.mx>
- <http://gemconsotium.org>
- [http://icesi.edu.co/cdee/quienes\\_somos.jsp](http://icesi.edu.co/cdee/quienes_somos.jsp)
- <http://psicologiacientifica.com>



Octubre 3, 4 y 5 de 2012  
Ciudad Universitaria  
México, D.F.

# XXIII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Diseño: FEA, Maritza Anahay Pineda Márquez. Fotografía: Ruito Lopez Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

[informacongreso@fca.unam.mx](mailto:informacongreso@fca.unam.mx)

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM  
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510