

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

**CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES PARA FORTALECER LA
INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE MUJERES
UNIVERSITARIAS DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE
OAXACA, MÉXICO**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

PRESENTA:

ITZEL SARAHI TAPIA CASTILLO

DIRECTORA DE TESIS:

DRA. YANNET PAZ CALDERÓN

CO-DIRECTORA DE TESIS:

DRA. MÓNICA TERESA ESPINOSA ESPÍNDOLA

H. CD. DE HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA, FEBRERO 2025

A mis padres Luis y Zenaida por su amor, cariño, confianza y entrega. Que con su ejemplo me han enseñado a nunca rendirme, y por su apoyo incondicional en cada paso que he dado. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la vida, salud, sabiduría y la oportunidad de culminar esta etapa tan importante en mi vida.

A mis padres por todos los esfuerzos y sacrificios que hacen por mí, su dedicación e interés en mi crianza y educación que me ha permitido concluir parte importante de mi vida académica.

A mis hermanos Alfredo y Fernando que siempre han estado para mí, han sido mis compañeros de vida todos estos años y los confidentes de mis sueños. Les agradezco su amor, cariño y apoyo incondicional.

A mis amigos y seres queridos por su cariño y apoyo absoluto, por sus buenos deseos y palabras alentadoras.

A mi directora de tesis la Dra. Yannet Paz Calderón por guiarme en este proceso con paciencia, dedicación, responsabilidad y sabiduría, por brindarme su tiempo, experiencia y compromiso pleno.

A mi codirectora de tesis la Dra. Mónica Teresa Espinosa Espíndola por su compromiso, orientación y tiempo, por inspirarme a dar siempre lo mejor de mí y a no conformarme con menos de lo que puedo ser.

A mis sinodales el Dr. Adolfo Maceda Méndez, la Lic. Francisca Adriana Sánchez Meza y la Dra. Zulma Janet Hernández Paxtián por su paciencia, tiempo y experiencia, sus comentarios y observaciones constructivos que fueron cruciales para enriquecer esta tesis permitiéndome aprender y mejorar en cada paso.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA	12
1.1 Planteamiento del Problema	13
1.2 Justificación	15
1.2.1 Relevancia	15
1.2.2 Pertinencia	16
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
1.4 Metodología	18
CAPÍTULO 2. MARCO CONCEPTUAL	20
2.1 Percepción	21
2.2 Universidad	21
2.2.1 Educación Universitaria	21
2.3 Ciencias Empresariales	21
2.3.1 Educación emprendedora	22
2.4 Emprendimiento	22
2.4.1 Perfil de un emprendedor	22
2.4.2 Elementos del ecosistema emprendedor	23
2.4.3 Importancia de la formación universitaria en los emprendimientos	23
2.4.3.1 Conocimientos y Habilidades	24
2.4.4 Impacto de los emprendimientos	26
2.4.5 Intención emprendedora	26
2.4.5.1 Emprendimiento de mujeres	27
2.4.5.2 Importancia del emprendimiento femenino	27
2.4.5.3 Emprendimiento de mujeres estudiantes universitarias	27
CAPÍTULO 3. IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES QUE CURSAN DURANTE SU FORMACIÓN LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS DE LA LCE DE LA UTM EN RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO	29
3.1 Antecedentes de la Universidad Tecnológica de la Mixteca	30
3.1.1 Antecedentes de la Licenciatura en Ciencias Empresariales	31

3.1.1.1 Competencias laborales.....	33
3.1.1.1.1 Conocimientos.....	33
3.1.1.1.2 Habilidades.....	34
3.2 Revisión y análisis del conjunto de materias que forman el plan de estudios de la LCE	34
3.2.1 Revisión de las materias por áreas de conocimiento	37
3.3 Actividades extracurriculares	39
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS EGRESADAS DE LA LCE DE LA UTM	41
4.1 Datos de identificación.....	42
4.2 Habilidades de emprendimiento.....	43
4.3 Conocimientos sobre emprendimiento.....	44
4.4 Experiencias, intereses y actitudes hacia el emprendimiento.....	45
4.5 Principales hallazgos	47
4.6 Identificación de aspectos que se pueden fortalecer.....	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS.....	54
ANEXOS	62

TABLAS

Tabla 2.1 Conocimientos en los que coinciden los autores debe tener un emprendedor	24
Tabla 2.2 Habilidades de un emprendedor	24
Tabla 2.3 Habilidades en las que coinciden los autores debe poseer un emprendedor	26
Tabla 3.1 Desarrollo del SUNEEO	30
Tabla 3.2 Creación de la UTM	31
Tabla 3.3 Plan de estudios de la LCE	35
Tabla 3.4 Comparación entre los conocimientos que debe tener un emprendedor y los que adquieren las jóvenes universitarias	37
Tabla 3.5 Comparación entre las habilidades que los autores coinciden debe poseer un emprendedor y las habilidades que las materias permiten desarrollar a las jóvenes universitarias	38
Tabla 3.6 Frecuencia con que las jóvenes universitarias adquieren y desarrollan los conocimientos y habilidades durante su formación	39
Tabla 4.1 Edad de las jóvenes universitarias	43
Tabla 4.2 Habilidades que las alumnas perciben que no tienen desarrolladas	43
Tabla 4.3 Conocimientos que las alumnas perciben que no adquirieron	44
Tabla 4.4 Conocimientos que las alumnas perciben haber adquirido	44

FIGURAS

Figura 4.1 Distribución de los alumnos por género	42
Figura 4.2 Padres o familiares emprendedores	45
Figura 4.3 Interés sobre el emprendimiento.....	46

ABREVIATURAS

CENEVAL	Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior
COEPES	Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior en el Estado de Oaxaca
CONAVIM	Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres
CRM	Customer Relationship Manager (Sistemas de Gestión de Relaciones con Clientes)
EGEL	Exámenes Generales de Egreso
ENOE	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo
ESNA	Escuela Superior de Negocios Aplicados
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
LCE	Licenciatura en Ciencias Empresariales
MiPyMEs	Micro, Pequeñas y Mediana Empresas
NNA	Niñas, Niños y Adolescentes
OIM	Organización Internacional para las Migraciones
OIT	Organización Internacional del Trabajo
PEA	Población Económicamente Activa
PIB	Producto Interno Bruto
SEP	Secretaría de Educación Pública
SNII	Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores
SUNEO	Sistema de Universidades Estatales de Oaxaca
UMAR	Universidad del Mar
UTM	Universidad Tecnológica de la Mixteca

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Actualmente para las egresadas de las universidades es cada vez más difícil encontrar un buen empleo, por lo que de acuerdo con Hernández y Arano (2015) “es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ello [*sic*] una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante el deseo de abrir una empresa” (p. 29).

Bird (1988) menciona que “la intencionalidad es el marco más amplio que incluye no solo el establecimiento de objetivos, sino también un mayor grado de libertad y creatividad ampliada para el empresario” (p. 443). Mientras que Alemany y Urriolagoitia (2014) afirman que “la definición de iniciativa emprendedora ha cambiado con el tiempo y no existe una única definición aceptada por el mundo académico” (p. 101).

Es indispensable ofrecer a las jóvenes las bases y herramientas que necesitan para volverse emprendedoras, “en países como Estados Unidos, Alemania o Japón, la tasa de la actividad emprendedora en jóvenes de 18 a 24 años es de alrededor del 12%, mientras que en México es de apenas 6.2%” (Secretaría de Educación Pública [SEP], 2015, párr. 3).

De acuerdo con Orihuela (2021, p. 110) “las mujeres que emprenden lamentablemente tienen que enfrentarse a un sinnúmero de limitantes en el mercado, básicamente porque la sociedad ha otorgado un lugar privilegiado al género masculino por mucho tiempo”.

A escala nacional, de “las empresas lideradas por mujeres, 76% son microempresas, 18% pequeñas y 5% medianas. Además, las mujeres contratan a más mujeres para trabajar en sus negocios y 86.1% de su personal permanece empleado todo el año” (Meza, 2024, párr. 6).

Por ejemplo, el acelerado desarrollo de la digitalización ha sido un gran apoyo para las mujeres emprendedoras durante los últimos años. En México, el comercio electrónico ha descubierto una serie de posibilidades para el emprendimiento femenino, concediendo que continuamente más mujeres dirijan negocios digitales (Hidalgo, 2024, párr. 2).

La actividad empresarial liderada por mujeres ha cobrado gran importancia en la región sur de la república, “donde estados como Chiapas, Campeche y Oaxaca registran los porcentajes más altos de negocios en línea liderados por mujeres: 83% en Chiapas, 78% en Campeche y 64% en Oaxaca” (Hidalgo, 2024, párr. 3).

Retomando lo anterior el objetivo general de esta investigación fue identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales (LCE) de la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM) para fortalecer su intención emprendedora.

El presente documento está compuesto por cuatro capítulos. En el primero se incluye el planteamiento del problema, la justificación, el objetivo general, los objetivos específicos y la metodología.

En el capítulo 2 se presentan conceptos importantes para el desarrollo de la investigación, tales como ciencias empresariales, educación emprendedora, emprendimiento, intención

empresarial, emprendimiento en mujeres universitarias y la importancia de la formación universitaria en los emprendimientos, así como la importancia del emprendimiento femenino.

En el capítulo 3 se analiza el plan de estudios actual de la LCE de la UTM identificando los conocimientos y habilidades que adquieren las estudiantes en cada una de las materias que cursan durante su formación.

En el capítulo 4 se muestran los resultados de la encuesta aplicada a las estudiantes universitarias de la LCE que cursaban el último año de su carrera en el semestre 2024-B, en la que se abordaron preguntas en relación con los conocimientos y habilidades de emprendimiento que adquirieron durante su formación, también se les cuestionó acerca de sus experiencias, intereses y actitudes hacia el emprendimiento.

Finalmente, en el último apartado se presentan las conclusiones de la investigación y algunas recomendaciones.

CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA

CAPÍTULO 1. METODOLOGÍA

1.1 Planteamiento del Problema

Existen diversos factores que colocan al emprendimiento como una oportunidad laboral en las mujeres, tales como el desempleo, el estar sobrecalificadas para los puestos, la brecha laboral, los estereotipos ocupacionales y de género, el techo de cristal y en ciertas ocasiones, algunas de ellas no poseen los conocimientos ni las habilidades para iniciar un emprendimiento.

El desempleo afecta principalmente a los grupos más vulnerables, los jóvenes y las mujeres (Muñiz et al., 2013). Los resultados del segundo trimestre de 2024 de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) muestran que el total de la Población Económicamente Activa (PEA) desocupada es de 1,626,449 millones de personas, siendo el 59.61% hombres y el 40.38% restante mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2024). En el caso de ellas, deciden emprender al conocer la brecha laboral y salarial que existe en el mercado entre hombres y mujeres. El estado de Oaxaca registra la mayor brecha salarial entre hombres y mujeres con el 27.1% con respecto al estado de Veracruz que registra la menor brecha salarial entre hombres y mujeres siendo esta del 6%. En consecuencia, en el estado de Oaxaca “las mujeres perciben, en promedio, ingresos 14% por debajo que los de los hombres, es decir que por cada 100 pesos que genera un hombre, una mujer genera 86 pesos” (Mujer Ejecutiva, 2022, párr.3).

De acuerdo con Valencia (2012) y Avilés (2017) una de las causas del desempleo es la globalización y el alto nivel educativo que tienen algunos integrantes de estos grupos por lo que no son contratados en los puestos que se postulan al estar sobrecalificados (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2013).

Además, Pérez et al. (2019), mencionan que el emprendimiento permite reducir el índice de desempleo, les es útil para la creación de empleos de calidad y al mismo tiempo aminora la migración de la población. Oaxaca se posiciona como el quinto estado con mayor cantidad de migrantes internacionales de entre 0 y 17 años, que abandonaron el país entre marzo de 2015 y marzo de 2020 (Organización Internacional para las Migraciones [OIM], 2022). De acuerdo con la OIM (2022) “en los primeros cinco meses del 2022, del total de migraciones registradas en la entidad, 79,4 %, son de Niñas, Niños y Adolescentes (NNA) no acompañados de entre 12 y 17 años, principalmente” (p. ii). Dicho lo anterior, para ellas resulta de vital importancia poseer las características de empoderamiento, así como inteligencia emocional y social (Navarrete y Sampeiro, 2020). Asimismo, el emprendimiento les permite reducir su exclusión económica y social (Valencia, 2012). En México

los estados mexicanos de Chiapas, Oaxaca, Yucatán, Campeche y Tabasco agrupan el 44% de las mujeres indígenas del país, el grupo poblacional con considerables barreras sociales, laborales y económicas del país (Pro Mujer, 2023, párr. 10).

Estimaciones del Coneval apuntan a que en el sureste de México 6 de cada 10 mujeres viven en condiciones de pobreza y la brecha de participación laboral entre mujeres y hombres alcanza el 36% (INEGI). Sin embargo, se trata de una región prometedora dada la presencia de emprendimientos en fase embrionaria de mujeres líderes (Pro Mujer, 2023, párr. 11).

Aun cuando las jóvenes tienen el interés de realizar un emprendimiento empresarial, uno de los inconvenientes que identifican es el escaso conocimiento que tienen sobre los programas públicos y privados que fomentan los emprendimientos (García, 2015).

Adicionalmente otro aspecto que también les impacta son los estereotipos ocupacionales y de género creados, debido a que a las mujeres se les enseñan habilidades relacionales y empáticas que las orientan dentro de la relación familiar (Pesántez et al., 2018). De acuerdo con Aguilar et al. (2013) dentro de la cultura mexicana a la mujer le corresponde “el espacio del hogar por su capacidad para gestar y amamantar a los hijos debido al cuidado que estos requieren, se le asignó el tiempo en que era imprescindible su presencia, e incluso más” (p. 208) además se le asignan las labores vinculadas al hogar.

Cabe agregar que otro factor que interviene es el techo de cristal, el cual “es una metáfora que designa un tope para la realización de la mujer en la vida pública, generado por los estereotipos y las construcciones culturales de las sociedades a través del tiempo” (Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres [CONAVIM], 2019, párr. 4).

Dicho lo anterior, a pesar de que las mujeres tienen mayor probabilidad de no encontrarse desempleadas a diferencia de los hombres, estas se enfrentan a la brecha laboral y salarial existentes para ellas, así como al techo de cristal al momento de querer conseguir un buen empleo.

Crissien (2008), menciona que “la Educación empresarial, específicamente la transmitida en la universidad genera nuevos empresarios” (p. 25), siendo esta institución la que guía la formación para que los estudiantes adquieran, desarrollen y fomenten su espíritu emprendedor y empresarial, así como las habilidades empresariales que les permitan potenciar la visión de generación y consolidación de empresas.

El desarrollo de la enseñanza de un estudiante universitario está integrado por la transferencia de contenidos académicos empleando para esto estrategias metodológicas de distintos tipos (Viciano et al. 2018).

Debido a que las mujeres son las principales afectadas por el desempleo y las desigualdades existentes en el mercado laboral, el emprendimiento es su mejor opción. Además, el convertirse en emprendedoras les proporciona mayor autonomía financiera y mejora su calidad de vida, también les permite crear empleos y contribuir a la economía local.

Dado que la formación universitaria en Ciencias Empresariales es la que permite adquirir a las jóvenes los conocimientos y desarrollar las habilidades necesarias para convertirse en emprendedoras, es importante identificar los conocimientos y habilidades que se pueden

fortalecer en la formación emprendedora de las jóvenes universitarias de la LCE de la UTM. Los emprendimientos que generan las jóvenes universitarias tienen mayor impacto dado que una de las tantas ventajas que les proporciona esta es que pueden detectar las oportunidades, necesidades o tendencias del mercado. Cabe resaltar que si desarrollan emprendimientos en el estado de Oaxaca estos podrían promover y rescatar las artesanías, la gastronomía, la cultura local entre otros.

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación fue identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para fortalecer su intención emprendedora.

1.2 Justificación

1.2.1 Relevancia

La universidad tiene la obligación de proporcionar educación de calidad para formar profesionistas y líderes calificados que atiendan los problemas latentes de la sociedad, de aquí emerge la relevancia social de la educación (Carrión, 2003).

Se analizó si la formación universitaria es suficiente para impulsar el emprendimiento y si ayuda a desarrollar las habilidades y conocimientos de las estudiantes para su trayectoria educativa y profesional, asegurando que estén preparadas para el desarrollo de emprendimientos al término de su carrera con la finalidad de reducir la brecha salarial y el desempleo, generando impacto social en los lugares donde se desarrollan los emprendimientos y reducir la desigualdad de género. Por lo tanto, esta investigación es relevante en primer lugar porque los resultados permitirán contribuir a enriquecer la formación en Ciencias Empresariales, y la intención emprendedora en jóvenes universitarias de la UTM; y en segundo lugar ayudará a fortalecer el cumplimiento del perfil del egresado el cual es:

El egresado de la Licenciatura en Ciencias Empresariales tendrá la capacidad para iniciar una empresa y/o gestionar una existente. De Identificar oportunidades de negocios, de proponer y emprender responsablemente proyectos en beneficio de su entorno. Además, su formación integral, conocimientos, habilidades, actitudes y valores (UTM, s.f.b, párr. 5).

También es relevante porque la misión de la LCE es:

Formar profesionales con habilidades y competencias necesarias para emprender proyectos de negocios y/o dirigir organizaciones bajo una visión integradora, global y estratégica; capaces de aplicar con ética, conocimientos administrativos, contables, financieros y de mercadotecnia, basados en la experiencia transmitida por los profesores investigadores, así como en actividades de vinculación con el sector empresarial e infraestructura óptima, que contribuyan al desarrollo sustentable de la región, del estado y del país (UTM, s.f.b, párr. 1).

Además, es relevante debido a que el número de beneficiadas al realizar este análisis fue de aproximadamente 100 estudiantes mujeres¹ que egresan cada año en promedio de las 5 universidades del SUNEО donde se imparte esta licenciatura las cuales son (SUNEО, s.f., párr. 1):

- Universidad Tecnológica de la Mixteca: Huajuapán de León
- Universidad del Istmo: Campus Ixtepec
- Universidad del Papaloapan: Campus Tuxtepec
- Universidad de la Sierra Sur: Miahuatlán de Porfirio Díaz
- Universidad de la Costa: Pinotepa Nacional

Como lo mencionan Gálvez y Torres (2010), tras una crisis, el empleo de las mujeres tarda más tiempo en restaurarse que el de los hombres. Esto debido a que entre hombres y mujeres existen diferencias y desigualdades, por ejemplo, el salario que percibe una mujer cuando se desempeña en el mismo puesto que un hombre. De acuerdo con Ortiz (2014) las mujeres no reciben un salario acorde con el tiempo y el trabajo que realizan. Por esto, pueden acudir al autoempleo con la finalidad de evitar la discriminación que experimentan.

Hoy en día, el desempleo es un tema relevante en las jóvenes por la falta de experiencia y oportunidades que tienen, en consecuencia, el emprendimiento les resulta una alternativa valiosa. Entre los elementos que impulsan el emprendimiento femenino universitario, Paz y Espinosa (2019) mencionan las habilidades, conocimientos y el acceso al financiamiento. No obstante, si las mujeres poseen un bajo nivel educativo este se vuelve un obstáculo que también las imposibilita en otras áreas como las relacionadas con finanzas, contabilidad, administración de empresas, etc.

Esta investigación permitió identificar los conocimientos y habilidades que adquieren las jóvenes universitarias durante su estancia en esta institución para enriquecer la formación en Ciencias Empresariales y fortalecer la intención emprendedora de las jóvenes estudiantes. Asimismo, las autoridades universitarias podrán utilizar los resultados de esta investigación para que en la siguiente actualización del plan de estudios de la LCE de la UTM se tomen decisiones para mantener un plan competitivo que impulse los emprendimientos femeninos, fortaleciendo y mejorando la calidad de la educación que ofrecen a las estudiantes.

Al conocer las debilidades que enfrenta la universidad respecto a los conocimientos y habilidades que deben adquirir las estudiantes durante su formación en Ciencias Empresariales estas se pueden fortalecer para aumentar la creación de emprendimientos femeninos en el estado de Oaxaca que apoyen a la sociedad generando diversos beneficios.

1.2.2 Pertinencia

Esta investigación es pertinente porque se relaciona con las siguientes materias:

- Introducción a las Ciencias Administrativas
- Introducción a la Contabilidad

¹ Esto de acuerdo con información obtenida de las Ceremonias de Graduación de las universidades del Sistema de Universidades Estatales de Oaxaca (SUNEО)

- Administración de Recursos Humanos
- Contabilidad Financiera
- Administración de Compras e Inventarios
- Contabilidad de Costos
- Derecho Mercantil
- Microeconomía
- Derecho Laboral
- Macroeconomía
- Finanzas Empresariales
- Administración de Sueldos y Salarios
- Derecho Fiscal
- Desarrollo Sustentable y Empresa
- Economía Internacional
- Sistemas de Información Gerencial
- Administración Estratégica de Ventas
- Sistema Financiero
- Economía del Sector Público Mexicano
- Desarrollo Organizacional
- Dirección Comercial
- Emprendedurismo
- Presupuestos
- Cultura Empresarial
- Gestión de la Calidad
- Emprendimiento de Negocios
- Finanzas Corporativas
- Comercio Exterior
- Dirección y Liderazgo
- Estrategia Publicitaria y Promocional
- Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión
- Toma de Decisiones Financieras
- Mercadotecnia Digital

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para fortalecer su intención emprendedora.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar una investigación documental sobre la educación emprendedora y las habilidades necesarias para el emprendimiento.

2. Analizar las materias del plan de estudios de la LCE de la UTM para identificar cuáles son los conocimientos, habilidades y actividades extracurriculares relacionadas con el emprendimiento que se incluyen durante la formación de las jóvenes universitarias.
3. Conocer en qué medida las jóvenes universitarias próximas a egresar de la LCE de la UTM perciben que cuentan con los conocimientos, habilidades, actitudes y experiencia para emprender, y su intención de realizar esta actividad al egresar.
4. Identificar los conocimientos y habilidades que pueden fortalecer la formación emprendedora de las jóvenes universitarias de la LCE de la UTM, para que si deciden emprender se encuentren mejor preparadas.

1.4 Metodología

La presente investigación fue mixta dado que Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) mencionan que

los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (como se citó en Hernández et al., 2014, p. 534).

Fue cuantitativa ya que como lo indican Hernández et al. (2014) el “enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

Se guía por una serie de pasos de recolección y análisis de la información a través de las siguientes fases:

idea, planteamiento del problema, revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico, visualización del alcance del estudio, elaboración de hipótesis y definición de variables, desarrollo del diseño de investigación, definición y selección de la muestra, recolección de los datos, análisis de los datos y elaboración del reporte de resultados (Hernández et al., 2014, p. 5).

Asimismo, fue cualitativa debido que como lo señalan Hernández et al. (2014) el “enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7).

La investigación fue de alcance exploratorio ya que como lo mencionan Hernández et al. (2014) “se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso” (p. 91), como sucede en este caso debido a que no existen antecedentes en la UTM de que se haya llevado a cabo alguna investigación relacionada con el impacto de la formación en la LCE para el emprendimiento en las jóvenes universitarias.

Asimismo, tuvo un alcance descriptivo debido a que “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández et al., 2014, p. 92), en razón de que los resultados de esta

investigación ayudarán a que las autoridades competentes puedan evaluar el impacto del plan de estudios vigente en la intención emprendedora de las mujeres universitarias respecto a los conocimientos y habilidades que adquieren durante su formación.

Finalmente, la investigación fue de alcance explicativo ya que como señalan Hernández et al. (2014) “pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian” (p. 95), puesto que los resultados de la investigación mostraron cuáles son los conocimientos y habilidades que pueden fortalecer la formación en Ciencias Empresariales.

Para llevar a cabo esta investigación se realizaron los siguientes pasos:

1. Revisión documental sobre los conocimientos y habilidades que debe poseer un emprendedor, así como diferentes conceptos que sirvieron para el desarrollo de la investigación.
2. Revisión de los programas de estudio (véase Anexo 1) de cada una de las materias que conforman el plan de estudio de la LCE mediante el análisis del objetivo general de la asignatura y los temas y subtemas de la misma para identificar cuáles son los conocimientos y habilidades que la formación universitaria les permite adquirir y desarrollar.
3. Elaboración de la encuesta (véase Anexo 2) como método de investigación para recolectar datos e información sobre la percepción de las jóvenes universitarias respecto a los conocimientos y habilidades sobre emprendimiento que la formación universitaria les permite adquirir y desarrollar, así como conocer las experiencias e intereses que tienen en relación con el emprendimiento.
4. Elaboración de una guía de entrevista (véase Anexo 3) como método de investigación para indagar con la Jefa de carrera sobre los planes de estudio que se han implementado en la LCE, cuáles han sido los cambios que se han realizado en cuanto a las materias que conforman los mismos así como el motivo por el que se han modificado.
5. Aplicación de las encuestas a las jóvenes universitarias de décimo semestre de la LCE de la UTM los días 18 y 19 de junio de 2024.
6. Aplicación y transcripción de la entrevista a la Jefa de carrera de la LCE de la UTM el día 29 de octubre de 2024.
7. Análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE de la UTM y de la entrevista a la Jefa de carrera.
8. Análisis de la información documental para identificar los conocimientos y habilidades que deben poseer las jóvenes universitarias la LCE de la UTM para enriquecer su formación y su intención emprendedora.
9. Integración de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO 2. MARCO CONCEPTUAL

CAPÍTULO 2. MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se desglosan los elementos más sobresalientes que conforman el marco conceptual de esta investigación, como la definición de educación universitaria, ciencias empresariales, competencias emprendedoras, emprendimiento, intención emprendedora y la importancia del emprendimiento de mujeres estudiantes universitarias.

2.1 Percepción

La percepción es definida

como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vargas, 1994, p. 48).

Así como también la percepción es descrita como el “modo en el que, nuestro cerebro interpreta las sensaciones que recibe mediante los sentidos y, a partir de la cual, elabora una determinada impresión, ya sea esta inconsciente o consciente, acerca de la realidad física de su entorno” (Instituto Coullaut de Psiquiatría, 2022)

2.2 Universidad

Julca (2016, p. 32) entiende la universidad como “una institución donde se concentra una comunidad de profesores y alumnos que desean formar parte en la labor de transmitir, generar y difundir conocimientos”.

Asimismo,

la universidad debe caracterizarse por su excelencia académica e investigativa, con el fin de presentarse como una institución más preparada para responder a los múltiples cambios que se dan en la sociedad, entre ellos, la globalización, el avance de la ciencia, el desarrollo tecnológico, la falta de oportunidades para acceder a los servicios de salud y educación, la violencia, el aumento de la pobreza y el desempleo (Posada, 2006, párr. 17).

2.2.1 Educación Universitaria

De acuerdo con Viciano et al. (2018, p. 119), “la educación universitaria tiene como principal objetivo reforzar las habilidades intelectuales de los estudiantes, así como prepararlos para una etapa como adultos productiva y exitosa”.

Siendo el deber de la educación superior “la formación de profesionales competentes: individuos que resuelvan creativamente, es decir, de manera novedosa, eficiente y eficaz, problemas sociales” (Ibáñez, 1994, p. 104).

2.3 Ciencias Empresariales

Es importante señalar que en algunos países esta carrera es conocida con el nombre de Administración de Empresas (Westreicher, 2020).

Las ciencias empresariales abarcan “un conjunto diverso de disciplinas que exploran aspectos teóricos y prácticos relacionados con el mundo empresarial” (Onmex, s.f, párr.3).

En general, abarcan temas como economía, marketing, contabilidad, derecho, microeconomía, macroeconomía, matemática financiera, dirección estratégica, marketing, recursos humanos, finanzas corporativas, e incluso la informática orientada a los negocios, entre otros (Westreicher, 2020).

2.3.1 Educación emprendedora

La finalidad de la educación emprendedora “es fomentar en los niños y niñas, así como en las personas jóvenes los conocimientos, habilidades y actitudes que forman la base del espíritu emprendedor” (Valnalón, 2022).

Asimismo, Coduras et al. definen la educación emprendedora como

la disciplina que engloba los conocimientos y habilidades “sobre” o “con el fin de que” el emprendimiento en general sea reconocido como parte de los programas educativos correspondientes a las enseñanzas primaria, secundaria o terciaria (superior) en las instituciones educativas oficiales de cualquier país (como se citó en Paños, 2017, p. 37).

2.4 Emprendimiento

Richard Cantillon (1680-1734) concibe el termino emprendedor como un “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto” (como se citó en Maceda, 2021, párr. 4).

Hisrich y Peters definen al emprendedor como un individuo “que combina recursos, trabajo, materiales y otros activos de una manera que su valor es mayor que antes” (como se citó en Olmos, 2007, p. 2).

2.4.1 Perfil de un emprendedor

Veciana (2005) define al empresario como “la figura central en el proceso de la creación de una nueva empresa” (p.39). Asimismo, Veciana (2005) estudió las motivaciones y rasgos psicológicos de los empresarios, encontrando como principales características que definen el perfil de quien inicia una empresa las siguientes:

- Necesidad de independencia
- Infancia dura y comienzo difícil
- Motivación de logro, energía personal y desarrollo de iniciativa
- Control interno
- Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos
- Persona insatisfecha y marginada
- Intuición, visión de futuro, obsesión y hombres de acción
- Tolerancia de la ambigüedad y la incertidumbre
- Capacidad de aprender de la experiencia

Veciana (2005) añade que además de las motivaciones y rasgos psicológicos destacan dos características muy importantes en los empresarios que son “el nivel de formación y la experiencia profesional” (p. 59).

2.4.2 Elementos del ecosistema emprendedor

Álvarez (2016) menciona que existen siete elementos que tendría que contener el ecosistema emprendedor los cuales son:

1. Redes de contacto (formales e informales)
2. Las universidades
3. Las empresas
4. Los actores financieros
5. Los servicios de apoyo a los emprendedores
6. El gobierno en todos sus niveles
7. Capital humano y fuerza de trabajo calificada

Iturbide et al. (2020) menciona que distintas escuelas del pensamiento del emprendimiento concluyen que existen otros elementos relevantes en el perfil del emprendedor en los panoramas psicológicos y etológicos. Desde el enfoque etológico “un emprendedor está influido por su entorno (hábitat), pero también por características internas intrínsecas y otras adquiridas (competencias), así como por una serie de estímulos y motivadores que mejoran su condición de vida y entorno” (p.17). Mientras que desde el enfoque psicológico se orienta en entender el proceso de creación de empresas por medio del análisis de la iteración, es decir la persistencia, siendo la tolerancia al fracaso una de las características del emprendedor.

Mientras que el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, s.f.) explica el emprendimiento como

cualquier intento de creación de nuevos negocios o de nuevas empresas, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, por parte de un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido (párr. 3).

Asimismo, el emprendimiento es “el resultado de las decisiones de sus ciudadanos para tener la capacidad de percepción y aprovechamiento de las oportunidades que se presentan dentro del entorno en que se desarrollan” (Guachimposa et al., 2019, párr. 73).

2.4.3 Importancia de la formación universitaria en los emprendimientos

Sánchez y Rodríguez (2015) puntualizan que resulta imprescindible “que la universidad posibilite y fomente actitudes innovadoras y actitudes emprendedoras” (párr. 1). Asimismo, Fuentes et al. (2013) añaden que la universidad debe “aumentar las competencias y habilidades del futuro empresario y directivos y directivas, es decir, su formación” (p. 15).

Además, Leyva et al. (2019) señalan que “el espíritu emprendedor puede ser desarrollado en las universidades, ya que las capacidades y habilidades empresariales no solo son innatas, sino que también pueden ser adquiridas a través del aprendizaje” (p. 119).

2.4.3.1 Conocimientos y Habilidades

Diferentes autores señalan que los emprendedores deben poseer conocimientos y habilidades, pero hacen énfasis en las habilidades. A continuación, se mencionan dichos conocimientos y habilidades.

García 2023 menciona que algunos de los conocimientos que debe poseer un emprendedor son conocimientos de gestión empresarial que comprende áreas tales como contabilidad, finanzas, derecho, marketing, operaciones, planeación estratégica y recursos humanos. De igual manera la Escuela Superior de Negocios Aplicados (ESNA, s.f.) lo consolida al decir que algunos conocimientos importantes que debe tener un emprendedor son marketing, gestión de recursos humanos, planificación empresarial y finanzas. Además de contar con conocimientos en ventas y marketing, economía, contabilidad y finanzas (Holded, 2024).

Como resultado en la Tabla 2.1 se muestran cuáles son los conocimientos que debe tener un emprendedor.

Tabla 2.1

Conocimientos que debe tener un emprendedor

Conocimientos que debe tener un emprendedor
1. Contabilidad
2. Finanzas
3. Derecho
4. Marketing
5. Operaciones
6. Planeación Estratégica
7. Recursos Humanos
8. Economía

Fuente: Elaboración propia con información de García (2023), Escuela Superior de Negocios Aplicados [ESNA] (s.f.) y Holded (2024).

Posteriormente en la Tabla 2.2 se pueden observar las habilidades que debe poseer un emprendedor de acuerdo con diferentes autores.

Tabla 2.2

Habilidades de un emprendedor

Autor	Habilidades que debe tener un emprendedor
<i>Alcaraz (2011)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Innovación • Confianza en el mismo • Perseverancia • Capacidad para manejar problemas • Aceptación del riesgo
<i>Fuentes y Sánchez (2010)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad a cambios • Autoconfianza • Autonomía • Curiosidad • Iniciativa
<i>Paz y Espinosa (2019)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Creativo • Innovador • Tolerante • Responsable • Visionario • Planificador
<i>Feijoo y Gutiérrez (2020)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Comunicación • Trabajo en equipo
<i>Solar Silvia (2010)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Autoconfianza • Impulso hacia asumir riesgos • Aprovechamiento de oportunidades • Pensamiento crítico • Iniciativa
<i>Manjarres (2017)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Comunicación • Toma de decisiones • Buena comunicación • Manejo del tiempo
<i>Cabana et al. (2013)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación • Pasión • Compromiso • Proactividad • Creatividad • Visión • Confianza • Liderazgo • Trabajo en equipo • Adaptabilidad • Comunicación

Fuente: Elaboración propia con información de Alcaraz (2011), Fuentes y Sánchez (2010), Paz y Espinosa (2019), Feijoo y Gutiérrez (2020), Solar (2010), Manjarres (2017) y Cabana et al. (2013).

En consecuencia, se analizaron dichas habilidades y se identificaron en la Tabla 2.3 cuáles son las habilidades en las que coinciden los diferentes autores debe tener un emprendedor de acuerdo a la frecuencia con que estas son mencionadas.

Tabla 2.3

Habilidades en las que coinciden los autores debe poseer un emprendedor

Habilidades de un emprendedor en las que coinciden los autores
1. Creatividad
2. Innovación
3. Confianza en el mismo
4. Aceptación del riesgo
5. Adaptabilidad a cambios
6. Iniciativa
7. Visionario
8. Planificador
9. Comunicación
10. Trabajo en equipo
11. Liderazgo

Fuente Elaboración propia con información de Alcaraz (2011), Fuentes y Sánchez (2010), Paz y Espinosa (2019), Feijoo y Gutiérrez (2020), Solar (2010), Manjarres (2017) y Cabana et al. (2013).

2.4.4 Impacto de los emprendimientos

El triunfo de los emprendimientos tiene una gran repercusión en la sociedad, tal como lo afirman Ferreto et al. (2018) al decir que los emprendimientos son un impulsor social y económico, ya que fomentan la innovación, incrementan la competitividad industrial, aumenta la productividad mediante el uso de tecnologías y, en consecuencia, permiten obtener niveles elevados de bienestar y desarrollo a nivel regional o nacional.

El INEGI indica que “en Oaxaca hay 251 mil 847 establecimientos comerciales, de los cuales las Micro, Pequeñas y Mediana Empresas (MiPyMEs) generan 72% de empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) en la entidad” (Flores, 2018, párr. 4). Adicionalmente ConectaPyme (2023) menciona que el estado de Oaxaca brinda una variedad de sectores emergentes entre ellos el “turismo, la gastronomía, las energías renovables, la tecnología y las artesanías” (párr. 17) por lo que emprender en el estado representa una opción emocionante y retributiva.

2.4.5 Intención emprendedora

Fini et al. (2009), puntualizan las intenciones empresariales como “una representación cognitiva de las acciones que deben implementar los individuos para establecer nuevas

empresas independientes o para crear un nuevo valor dentro de las empresas existentes” (p. 4). En tanto que Crant (1996, p. 43) lo define como “el juicio de un individuo sobre la probabilidad de convertirse en el propietario de su propio negocio”.

Adicionalmente Rubio (2022, párr. 1) menciona que la intención emprendedora “es un estado mental que dirige al individuo a emprender un negocio”.

Se emplea el termino intención emprendedora dado que diversos autores² lo utilizan para describir el proceso que una persona realiza para poner en marcha una idea de negocio con la finalidad de ser su propio jefe.

2.4.5.1 Emprendimiento de mujeres

Rojas et al. (2021) demuestran en su estudio que “el empoderamiento económico de las mujeres marca una ruta directa hacia la igualdad de género, la erradicación de la pobreza y el desarrollo inclusivo” (p. 861). Esto permite disminuir la brecha de género en el ámbito laboral.

En un estudio realizado en la Ciudad de México para conocer las razones que llevaron a las mujeres a emprender Camarena y Saavedra (2017), constatan que el 26.5% emprenden por necesidad económica, el 18% por necesidad de autorrealización, en tanto que el 15.4% lo hicieron por herencia familiar, un 12.1% para obtener independencia económica y solo el 8.8% por observar una oportunidad del mercado.

2.4.5.2 Importancia del emprendimiento femenino

Al emprender las mujeres tienen mayor control sobre su tiempo, lo que les permite poder combinar su vida profesional con su vida familiar tal como lo indican Ramos et al. (2023) “el emprendimiento es una opción atractiva para muchas mujeres que quieren ser dueñas de su destino profesional y tener la libertad y la flexibilidad de trabajar por sí mismas” (p. 204). Asimismo, Camberos (2011) señala que el empoderamiento femenino es “la ruta para lograr autonomía individual, estimular la resistencia, la organización colectiva y la protesta mediante la movilización” (p. 45).

2.4.5.3 Emprendimiento de mujeres estudiantes universitarias

Un análisis realizado durante el ciclo escolar 2015-2016 señala que “en México existen tres millones 648 mil 945 alumnos que estudian una carrera profesional, de los cuales 1.8 millones son mujeres, lo que equivale al 49.34 por ciento de los estudiantes de nivel superior” (Diario de la Mixteca, 2017, párr. 2).

De acuerdo con Dussán et al. (2019) algunos factores que influyen en la intención emprendedora de las mujeres son “la motivación individual, la estructura familiar, la educación, la demografía, el desempleo y los entornos sociales y económicos” (p. 57), debido

² Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50. 179-211.

Carsrud, A. y Krueger, N. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship y Regional Development*, 5(4). 315-330.

Krueger, N., Liñán, F., y Nabi, G. (2013). Cultural values and entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(10). 703-707.

a las diferencias y riesgos que ellas perciben en el mundo empresarial, así como la poca participación de las mismas en puestos directivos.

Oaxaca es el cuarto estado con mayor cantidad de mujeres universitarias en relación con el número de hombres (Diario de la Mixteca, 2017).

**CAPÍTULO 3.
IDENTIFICACIÓN DE
CONOCIMIENTOS,
HABILIDADES Y
ACTIVIDADES
EXTRACURRICULARES QUE
CURSAN DURANTE SU
FORMACIÓN LAS JÓVENES
UNIVERSITARIAS DE LA LCE
DE LA UTM EN RELACIÓN
CON EL EMPRENDIMIENTO**

CAPÍTULO 3. IDENTIFICACIÓN DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES QUE CURSAN DURANTE SU FORMACIÓN LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS DE LA LCE DE LA UTM EN RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se presentan en primer lugar los antecedentes del modelo universitario SUNEО, posteriormente se detalla la historia de la UTM, rescatando de esta última las carreras que ofrece, el número de alumnos que tiene al igual que los premios que ha recibido. Posteriormente se hace énfasis en la LCE que es una de las carreras que ofrece la UTM recuperando la visión, campo de acción y perfil del egresado de la licenciatura. Igualmente se hace una comparación entre las materias que conforman los planes de estudio que se han implementado para la LCE de la UTM, adicionalmente se analiza el plan de estudios vigente en el cual se identificaron los conocimientos y habilidades que adquieren las estudiantes durante su formación en cada una de las materias (véase Anexo 1). De la misma manera se realizó una entrevista a la Jefa de carrera (véase Anexo 3) la Licenciada en Economía Francisca Adriana Sánchez Meza el día martes 29 de octubre de 2024 para obtener información sobre los planes de estudio de la LCE y la reestructuración de los mismos. En adición se destacan las actividades extracurriculares como lo son talleres, cursos o ponencias que la UTM realiza para enriquecer la formación en la LCE.

3.1 Antecedentes de la Universidad Tecnológica de la Mixteca

El estado de Oaxaca se ubica entre los últimos lugares de los indicadores socioeconómicos de México y 47 de sus municipios se localizan entre los 100 más pobres del país (Acevedo et al., 2007). Por eso el objetivo al crear el SUNEО, fue la “construcción de universidades de primera calidad, públicas y al servicio de los mexicanos más desfavorecidos, en uno de los estados más marginados de México” (Seara, 2019, p. 148).

El SUNEО se encuentra dentro del Catálogo de la oferta de Educación Superior Pública en el estado de Oaxaca (Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior en el Estado de Oaxaca [COEPES], 2020) y cuenta con 10 universidades y 19 campus distribuidos en las ocho regiones de Oaxaca (SUNEО, s.f.).

En la Tabla 3.1 se exponen de manera breve los principales actores y hechos que se fueron presentando en el desarrollo del SUNEО.

Tabla 3.1

Desarrollo del SUNEО

<i>Principales actores</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Se nombra Rector al Doctor Modesto Seara Vázquez.
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • El Gobernador que lo nombró Rector fue el Lic. Heladio Ramírez López <p>Gobernadores que lo ratificaron en el puesto de Rector:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lic. Diódoro Carrasco Altamirano • Lic. José Murat Casab • Lic. Ulises Ruiz Ortiz • Lic. Gabino Cué Monteagudo • Lic. Alejandro Murat Hinojosa
<i>Primeras dos universidades que se crearon</i>	Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM) y la Universidad del Mar (UMAR), Campus Puerto Ángel
<i>2019</i>	<p>El SUNEI hasta 2019 contaba con un estimado de 1,150 profesores, alrededor de 11,000 alumnos, 85 carreras, 30 maestrías, 10 doctorados y 30 centros de investigación.</p> <p>Cerca del 13% de los 1,150 profesores-investigadores con que contaba eran parte de lo que hoy es el Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII).</p>

Fuente: Elaboración propia con información de Seara (2019).

3.1.1 Antecedentes de la Licenciatura en Ciencias Empresariales

La UTM se localiza en la Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Comenzó sus operaciones en febrero de 1990, siendo inaugurada el 22 de febrero de 1991 (UTM, s.f.a). En la Tabla 3.2 se presenta la historia de la creación de la UTM.

Tabla 3.2

Creación de la UTM

<i>Años y acontecimientos</i>	<i>Hechos más importantes</i>
<i>Finales de 1988 y principios de 1989</i>	<p>El proyecto fue entregado al Presidente Carlos Salinas de Gortari.</p> <p>Luego de la aprobación del proyecto por parte del Presidente Carlos Salinas de Gortari, se inicia la adaptación de un centro caprino creado en las cercanías de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca.</p>
<i>1990</i>	La universidad inicia su labor con 48 alumnos, cinco profesores, cinco edificios y dos aulas.

<i>Años y acontecimientos</i>	<i>Hechos más importantes</i>
	<p>Inició con dos carreras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Electrónica • Ingeniería en Computación <p>Se agregaron ese mismo año</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Diseño • Ingeniería en Agroindustrias <p>Esta última fue suspendida debido a la falta de demanda.</p> <p>Durante el verano se impartieron cursos propedéuticos por profesores prestados por la Universidad Politécnica de Madrid.</p>
1994	Se crea la LCE.
1999	Egresó la primera generación de alumnos de la LCE.
2019	<p>La universidad incrementa su oferta educativa con nuevas carreras, estudios de posgrado, institutos de investigación y la universidad virtual.</p> <p>La universidad contaba con poco más de dos centenares de profesores (de tiempo completo) y aproximadamente dos mil alumnos.</p> <p>La universidad aumentó sus actividades universitarias de enseñanza, investigación, difusión de la cultura y promoción del desarrollo.</p>
Premios	En los Exámenes Generales de Egreso (EGEL) del Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL), la UTM aparece continuamente en los primeros lugares, en carreras como Computación, Electrónica, Mecatrónica, Ciencias Empresariales, etc.

Fuente: Elaboración propia con información de Seara (2019) y Universidad Tecnológica de la Mixteca [UTM] (2016).

Actualmente la UTM ofrece 13 licenciaturas y 18 posgrados (UTM, s.f.d, párr. 1). Entre las licenciaturas que ofrece se encuentra la LCE, de la cual se mencionan a continuación su visión y campo de acción (UTM, s.f.b)

Visión

Ser una licenciatura comprometida con la excelencia académica; líder en el desarrollo empresarial, coadyuvante de la formación de directivos y empresarios capaces de satisfacer las necesidades de mejora continua que demanda la sociedad (párr. 2).

Campo de Acción

El Lic. en Ciencias Empresariales tiene conocimientos, habilidades y aptitudes para desempeñarse en la iniciativa privada, el sector público, en instituciones educativas como docente y centros de investigación. Además, tiene la capacidad para conducir una empresa existente e iniciar una nueva (párr. 6).

Conviene destacar que la LCE se oferta en otras 4 universidades pertenecientes al SUNEО además de la UTM las cuales son:

- Universidad del Istmo, en el Campus Ixtepec
- Universidad del Papaloapan, en el Campus Tuxtepec
- Universidad de la Sierra Sur, en Miahuatlán de Porfirio Díaz
- Universidad de la Costa, en Pinotepa Nacional

3.1.1.1 Competencias laborales

A través de la formación que imparte la UTM en la LCE los alumnos adquieren conocimientos y habilidades que les permitirán desarrollarse y crecer en el ámbito laboral. A continuación, se hace referencia a dichos conocimientos y habilidades.

3.1.1.1.1 Conocimientos

El perfil del egresado de la LCE es (UTM, s.f.b, párr. 5)

El egresado de la Licenciatura en Ciencias Empresariales tendrá la capacidad para iniciar una empresa y/o gestionar una existente. De Identificar oportunidades de negocios, de proponer y emprender responsablemente proyectos en beneficio de su entorno. Además, su formación integral, conocimientos, habilidades, actitudes y valores le permitirá:

- Identificar y evaluar oportunidades de negocio con una actitud emprendedora.
- Desarrollar y evaluar proyectos de inversión con ética y responsabilidad social.
- Crear, dirigir, desarrollar y/o consolidar empresas desde una perspectiva creativa e innovadora.
- Tomar decisiones efectivas en el manejo y la aplicación de los recursos.
- Dirigir grupos multidisciplinarios, motivar a las personas y resolver conflictos interpersonales.
- Coordinar y realizar negociaciones efectivas necesarias para solución de problemas específicos y el logro de objetivos empresariales.

- Diseñar e implementar estrategias para lograr la competitividad.
- Coadyuvar en el desarrollo regional y sustentable bajo una perspectiva global.
- Propiciar la productividad y rentabilidad de la empresa con un enfoque de servicio al cliente, desarrollo organizacional y mejora de la calidad de vida en el trabajo.

Dicho lo anterior los conocimientos que adquieren los alumnos durante su formación se pueden resumir en las siguientes áreas: administración, contabilidad, economía, derecho, finanzas, gestión de la calidad, mercadotecnia, desarrollo organizacional, desarrollo sustentable, matemáticas aplicadas y emprendimiento.

3.1.1.1.2 Habilidades

Los alumnos de la LCE de la UTM desarrollan habilidades en diferentes materias que cursan durante su formación entre las que destacan las asignaturas de Emprendedurismo, Emprendimiento de Negocios, Desarrollo Organizacional y Dirección y Liderazgo. A continuación, se mencionan las habilidades que los alumnos de la licenciatura adquieren de acuerdo a los programas de estudios correspondientes a las materias antes mencionadas (UTM, s.f.c).

1. Habilidades de emprendimiento tales como liderazgo, iniciativa, capacidad para asumir riesgos y confianza en sí mismo.
2. Elaboración de un inventario de habilidades personales, recursos materiales, técnicos y financieros.
3. Habilidades intrapersonales: análisis y solución de problemas, toma de decisiones, planeación y organización personal (administración del tiempo) y tolerancia a la presión o control del estrés.
4. Habilidades directivas: comunicación asertiva, negociación, persuasión, motivación y coaching (asesoría, tutoría, empoderamiento).
5. Habilidades de gestión: delegación, control administrativo, iniciativa y conducción de juntas de trabajo.

3.2 Revisión y análisis del conjunto de materias que forman el plan de estudios de la LCE

La LCE de la UTM fue fundada en 1994 mismo año en que se implementó el primer plan de estudios. Durante el transcurso del tiempo se han realizado tres planes de estudio para la licenciatura, siendo el segundo plan el de menor brevedad de ejecución. Los tres planes han constado de diez semestres, durante cada semestre los alumnos cursan cinco materias. Por lo que cada plan comprende cincuenta materias que cursan los alumnos durante su formación.

El diseño del primer plan de estudios estaba orientado en áreas como matemáticas puras, filosofía, derecho, administración, contabilidad, economía y finanzas. El espectro de materias era muy amplio ya que la universidad buscaba que la formación en la LCE cumpliera con el

perfil de egreso que los estudiantes necesitaban en ese momento para integrarse al campo laboral al culminar su estancia académica en la universidad.

El actual plan de estudios entró en vigor en octubre de 2018, se modificó considerando la opinión de los profesores respecto a qué contenidos faltaban abordar durante la formación de los estudiantes de acuerdo a su experiencia, también se valoró la opinión de los egresados, los empleadores y se analizaron las tendencias que se realizan en universidades de otros países asimismo se contemplaron las áreas que evalúa el CENEVAL. La reestructuración del plan se realizó debido a las nuevas necesidades y requerimientos por parte de los empleadores, los avances tecnológicos y los cambios del entorno económico.

Dicho plan de estudios está formado por materias que integran las áreas de administración, mercadotecnia, emprendimiento, contabilidad, economía, finanzas, matemáticas aplicadas, tecnologías de la información y comunicación, filosofía y derecho.

De la misma forma se consideró incorporar en este último plan de estudios las materias de emprendedurismo y emprendimiento de negocios debido a que no existen suficientes fuentes de empleo para los egresados. Siendo aprovechadas de esta manera las iniciativas de emprendimiento existentes y minimizando la posibilidad de fracaso de los emprendimientos debido a que algunos no tienen el éxito deseado puesto que las personas no cuentan con los suficientes conocimientos, por lo que estas materias permiten dar la formalidad a la necesidad que tienen las personas por emprender. Al ser el emprendimiento una tendencia mundial es indispensable brindar las herramientas necesarias a través de estas materias para que los alumnos identifiquen la posibilidad que tiene de iniciar un negocio.³

A continuación, en la Tabla 3.3 se comparan las materias del plan de estudios anterior con el plan de estudios actual de la LCE de la UTM.

Tabla 3.3

Plan de estudios de la LCE

Semestre	Materias	
	<i>Plan anterior</i>	<i>Plan actual</i>
I	Cálculo Diferencial e Integral	Matemáticas para Ciencias Empresariales
	Historia del Pensamiento Filosófico	Historia del Pensamiento Filosófico
	Introducción a la Administración	Introducción a las Ciencias Administrativas
	Introducción a la Contabilidad	Introducción a la Contabilidad
	Programación Estructurada	Informática Empresarial
II	Álgebra Lineal	Probabilidad y Estadística Descriptiva
	Contabilidad I	Contabilidad Financiera
	Teoría General de Sistemas	Teoría General de Sistemas

³ De acuerdo con la información obtenida por medio de la entrevista realizada a la Jefa de carrera de la LCE de la UTM la Lic. Francisca Adriana Sánchez Meza

Semestre	Materias	
	<i>Plan anterior</i>	<i>Plan actual</i>
	Psicología Industrial	Introducción al Derecho
	Base de datos	Administración de Recursos Humanos I
III	Administración, Capacitación y Desarrollo de Personal	Administración de Recursos Humanos II
	Contabilidad II	Contabilidad de Costos
	Introducción al Derecho	Derecho Mercantil
	Probabilidad y Estadística	Estadística Inferencial
	Programas de Contabilidad	Administración de Compras e Inventarios
IV	Administración de Sueldos y Salarios	Fundamentos de la Mercadotecnia
	Contabilidad de Costos	Matemáticas Financieras
	Derecho Mercantil I	Microeconomía
	Fundamentos de la Teoría de la Mercadotecnia	Metodología de la Investigación
	Programas Administrativos	Derecho Laboral
V	Administración de Recursos	Administración de Sueldos y Salarios
	Programas Financieros	Finanzas Empresariales I
	Finanzas Empresariales I	Macroeconomía
	Estudios de Mercados	Taller de Metodología de la Investigación
	Derecho Mercantil II	Derecho Fiscal
	Microeconomía	
VI	Derecho Laboral	Desarrollo Sustentable y Empresa
	Finanzas Empresariales II	Finanzas Empresariales II
	Finanzas Públicas	Investigación de Mercados
	Introducción a la Auditoría	Economía Internacional
	Macroeconomía	Sistema de Información Gerencial
VII	Administración de Mercados I	Investigación de Operaciones
	Auditoría Administrativa	Planeación estratégica
	Derecho Fiscal	Administración Estratégica de Ventas
	Economía Internacional	Sistema Financiero
	Estadística Aplicada	Economía del Sector Público Mexicano
	Sistema Financiero	
VIII	Administración de Mercados II	Desarrollo Organizacional
	Economía de México	Dirección Comercial
	Estrategias Publicitarias y Promocionales	Emprendedurismo
	Investigación de Operaciones	Desarrollo Regional
	Presupuestos	Presupuestos
IX	Administración Financiera	Cultura Empresarial

Semestre	Materias	
	<i>Plan anterior</i>	<i>Plan actual</i>
	Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión	Gestión de la Calidad
	Metodología de la Investigación	Emprendimiento de Negocios
	Modelación Matemática Aplicada a Mercados Financieros	Finanzas Corporativas
	Seminario de Simulación Empresarial I	Comercio Exterior
X	Análisis de Decisiones	Dirección y Liderazgo
	Desarrollo Organizacional	Estrategia Publicitaria y Promocional
	Planeación Estratégica	Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión
	Seminario de Simulación Empresarial II	Toma de Decisiones Financieras
	Toma de Decisiones Financieras	Mercadotecnia Digital

Fuente: Elaboración propia con información de UTM (s.f.c).

3.2.1 Revisión de las materias por áreas de conocimiento

Asimismo, se analizó el plan de estudios vigente en la LCE de la UTM para identificar los conocimientos y habilidades que las alumnas adquieren durante su formación en dicha licenciatura (véase Anexo 1). Dicho análisis se realizó mediante la exploración del objetivo de cada una de las materias que cursan durante sus estudios y de los temas y subtemas de las mismas.

Los conocimientos que se incluyen en las materias contempladas en la LCE y son transmitidos a las alumnas de la UTM durante su formación son amplios y se encuentran relacionados con las siguientes áreas: administración, mercadotecnia, emprendimiento, contabilidad, economía, finanzas, matemáticas aplicadas, tecnologías de la información y comunicación, filosofía y derecho (véase Anexo 4).

Se realizó una comparación entre los conocimientos que debe tener un emprendedor identificados en la literatura y los que las jóvenes pueden adquirir durante su educación universitaria los cuales se pueden observar en la Tabla 3.4.

Tabla 3.4

Comparación entre los conocimientos que debe tener un emprendedor y los que adquieren las jóvenes universitarias

Conocimientos que debe tener un emprendedor	Áreas de conocimientos abordadas en la LCE
Contabilidad	✓
Finanzas	✓
Derecho	✓
Marketing	✓

Conocimientos que debe tener un emprendedor	Áreas de conocimientos abordadas en la LCE
Operaciones	✓
Planeación Estratégica	✓
Recursos Humanos	✓
Economía	✓

Fuente: Elaboración propia con información de García (2023), Escuela Superior de Negocios Aplicados [ESNA] (s.f.), Holded (2024) y UTM (s.f.c).

Respecto a las habilidades, las materias permiten a las alumnas el desarrollo de en promedio 27 habilidades durante su formación. Es oportuno mencionar que en la mayoría de las materias las alumnas desarrollan tres o cuatro de dichas habilidades excepto en las materias de Emprendedurismo, Emprendimiento de Negocios, Desarrollo Organizacional y Dirección y Liderazgo debido que en estas materias las alumnas desarrollan al menos ocho de estas habilidades de acuerdo con el análisis realizado a los planes de estudio de las materias que cursan las jóvenes universitarias (véase Anexo 5).

A continuación, en la Tabla 3.5 se realiza una comparación entre las habilidades que debe poseer un emprendedor de acuerdo a la literatura y las habilidades que las materias permiten desarrollar a las jóvenes universitarias durante su formación.

Tabla 3.5

Comparación entre las habilidades que los autores coinciden debe poseer un emprendedor y las habilidades que las materias permiten desarrollar a las jóvenes universitarias

Habilidades en que los autores coinciden debe tener un emprendedor	Habilidades que las materias de la LCE permiten desarrollar a las jóvenes universitarias	Habilidades que no desarrollaron las jóvenes universitarias
Creatividad	✓	
Innovación	✓	
Confianza en el mismo		✓
Aceptación del riesgo	✓	
Adaptabilidad a cambios	✓	
Iniciativa		✓
Visión		✓
Planificación		✓
Comunicación	✓	
Trabajo en equipo	✓	
Liderazgo	✓	

Fuente: Elaboración propia con información de Alcaraz (2011), Fuentes y Sánchez (2010), Paz y Espinosa (2019), Feijoo y Gutiérrez (2020), Solar (2010), Manjarres (2017), Cabana et al. (2013) y UTM (s.f.c).

Cabe destacar que el programa de estudios brinda la posibilidad de que las alumnas desarrollen otras habilidades tales como: pensamiento crítico, análisis de datos, pensamiento lógico, resolución de conflictos, toma de decisiones, organización, autoeficacia, control interno, orientación al cambio, negociación, motivación, pensamiento sistémico, pensamiento analítico, redacción, capacidad de análisis, mediación, evaluación de riesgos, interpretación de leyes, resiliencia y networking.

Para finalizar en la Tabla 3.6 se puede observar la frecuencia con que la formación universitaria de la LCE de la UTM permite la adquisición y desarrollo de los conocimientos y habilidades de las jóvenes universitarias.

Tabla 3.6

Frecuencia en la que las jóvenes universitarias adquieren y desarrollan los conocimientos y habilidades durante su formación

Conocimientos	Frecuencia	Habilidades	Frecuencia
Contabilidad	3	Creatividad	9
Finanzas	5	Innovación	10
Derecho	3	Gestión del riesgo	5
Marketing	6	Adaptabilidad	2
Operaciones	4	Comunicación asertiva	27
Planeación Estratégica	1	Trabajo en equipo	19
Recursos Humanos	3	Liderazgo	8
Economía	5		

Fuente: Elaboración propia con información de UTM (s.f.c).

3.3 Actividades extracurriculares

Como se mencionó anteriormente se realizó una entrevista a la Lic. Adriana Sánchez a través de la cual se obtuvo la siguiente información.

Dentro de las actividades extracurriculares que se realizan en la LCE en relación con el emprendimiento se efectúan conferencias y ponencias.

Existen ciclos de conferencias en la UTM tanto de la LCE como de otras carreras. No se les dota de talleres a los alumnos debido que ellos practican sus habilidades en las propias materias que cursan durante su formación por ejemplo al exponer, puesto que al dirigirse al público logran desarrollar la comunicación asertiva, confianza en sí mismos además que les permite compartir conocimientos. Aunado a esto el ritmo de trabajo de las jóvenes es fuerte ya que cursan las cinco materias que marca su plan de estudios por semestre y además estudian dos idiomas los cuales son inglés y chino mandarín por lo que pasan siete horas en aula y aunado a esto deben realizar tareas e investigaciones por cada clase a la que asisten, por lo que no les queda el suficiente tiempo libre para actividades extracurriculares.

Las ponencias que se realizan en la LCE son sobre temas generales, en ellos se habla de una problemática específica que surja o que afecte intereses de la comunidad estudiantil. De la misma manera no se abordan talleres relacionados con el tema de emprendimiento dado que se considera que existen instancias que abordan con mucha suficiencia ese tema. Además, que la universidad no cuenta con el tiempo y los recursos para promover este tipo de actividades entre los estudiantes.

En los eventos que realizan por parte de la LCE se invita a emprendedores, funcionarios o empresarios para que impartan conferencias de carácter informativo o cultural.

El objetivo que se persigue con estas actividades es en relación con las experiencias de vida que les brindan a las jóvenes estudiantes, debido a que en los libros solo aprenden de forma teórica. Este tipo de actividades extracurriculares contribuyen a tomar mejores decisiones en su vida laboral porque complementan los conocimientos y las experiencias adquiridos durante su formación, ya que el propósito de dichas actividades es apoyar a la formación integral de las estudiantes universitarias para que estas posean un conocimiento universal.

Durante el mes de noviembre los profesores del instituto de la LCE de la UTM organizan una reunión en donde se analizan diversos temas algunos relacionados con el emprendimiento y otros relacionados con las ciencias empresariales en general. Es importante señalar que ninguna de estas actividades está dirigida a incentivar o reforzar los conocimientos y habilidades emprendedoras de manera específica.

**CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE
LAS ENCUESTAS APLICADAS
A LAS JÓVENES
UNIVERSITARIAS
EGRESADAS DE LA LCE DE
LA UTM**

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS JÓVENES UNIVERSITARIAS EGRESADAS DE LA LCE DE LA UTM

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos de las 33 encuestas realizadas a las estudiantes universitarias del décimo semestre de la generación 2019-2024 de la LCE de la UTM. Las encuestas se aplicaron los días 18 y 19 de junio de 2024 de manera presencial en las instalaciones de la universidad. La encuesta estuvo integrada por 25 reactivos divididos en cuatro apartados los cuales son (véase Anexo 2):

- Datos de identificación
- Habilidades de emprendimiento
- Conocimientos sobre emprendimiento
- Experiencias, intereses y actitudes hacia el emprendimiento

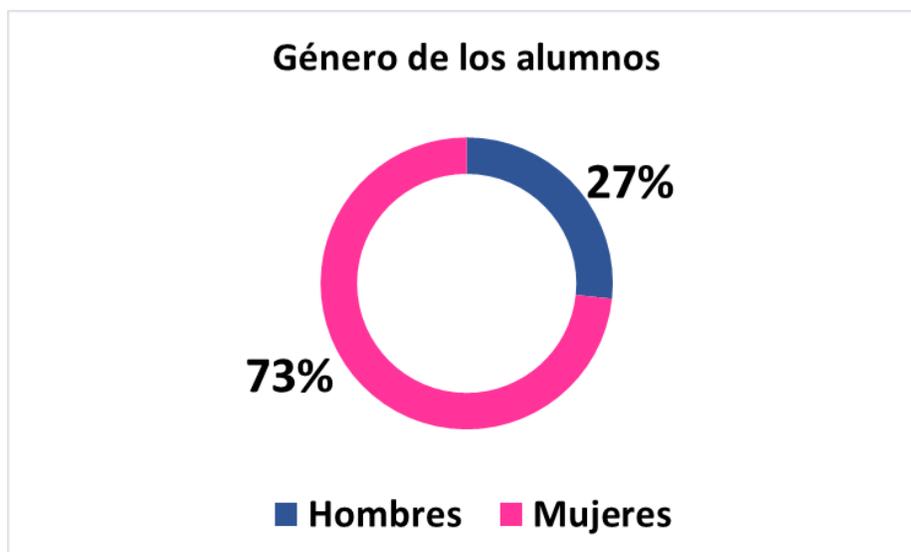
Con la finalidad de identificar los aspectos clave que se pueden enriquecer en la formación de la LCE para fortalecer la intención emprendedora de las mujeres universitarias. Es importante señalar que durante su formación académica las estudiantes de la LCE cursan materias relacionadas con administración, mercadotecnia, emprendimiento, contabilidad, economía, finanzas, matemáticas aplicadas, tecnologías de la información y comunicación, filosofía y derecho. A continuación, se presentan los resultados para cada apartado evaluado.

4.1 Datos de identificación

En primer lugar, de las 45 encuestas aplicadas a los alumnos del décimo semestre de la LCE el 73% son mujeres como se puede observar en la figura 4.1.

Figura 4.1

Distribución de los alumnos por género



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a los jóvenes universitarios del décimo semestre de la LCE.

A partir de aquí los resultados que se muestran son en base a las respuestas obtenidas específicamente por las 33 jóvenes universitarias del décimo semestres de la LCE. La edad que predomina en las jóvenes encuestadas es de 22 y 23 años de edad, debido a que el 84.9% tiene dicha edad (véase Anexo 6) como puede observarse en la tabla 4.1.

Tabla 4.1

Edad de las jóvenes universitarias

Edad (Años)	Porcentaje
22	36.4%
23	48.5%
24	3.0%
Más de 25	12.1%

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

El 45% de las mujeres estudiantes son originarias de la Heroica Ciudad de Huajuapán de León y el 55% restante son foráneas pertenecientes a comunidades del estado de Oaxaca tales como Santiago Cacaloxtepec, Villa de Etla, San Francisco Tlapancingo, San Juan Ihualtepec y San Juan Bautista Coixtlahuaca. Asimismo 4 de las alumnas encuestadas trabajan, 2 de ellas lo hacen dedicándose a la venta de alimentos, una más como cajera en un local de comida y la última como coordinadora de una agencia de modelos; y las 29 alumnas restantes no trabajan (véanse Anexos 7 y 8).

4.2 Habilidades de emprendimiento

Dentro de la encuesta aplicada a las estudiantes se les pidió que realizaran su autoevaluación de las habilidades de emprendimiento que adquirieron durante su formación. La escala para realizar dicha autoevaluación era Nada, Poco, Suficiente y Mucho. Debido que el objetivo de la investigación fue identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para fortalecer su intención emprendedora, se hace hincapié en las respuestas obtenidas en las escalas de Nada y Poco debido que las dos escalas restantes indican que las alumnas tienen desarrolladas las habilidades de emprendimiento. De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas (véase Anexo 9) en la siguiente Tabla 4.2 se pueden observar las habilidades que más del 50% de las alumnas percibieron que no han podido desarrollar durante su formación universitaria.

Tabla 4.2

Habilidades que las alumnas perciben que no tienen desarrolladas

Porcentaje	Habilidad
63.6%	Innovación

Porcentaje	Habilidad
54.5%	Control interno

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

Las habilidades de emprendimiento que las jóvenes universitarias perciben que si desarrollaron en más de un 50% durante su formación en la LCE de la UTM están en el Anexo 10, entre ellas se encuentran las siguientes: trabajo en equipo, resiliencia, motivación al logro, persistencia, iniciativa, orientación al cambio, búsqueda de oportunidades, toma de decisiones, creatividad, resolución de conflictos, intención emprendedora, comunicación de ideas, autoeficacia, liderazgo, autoconfianza, negociación, toma de riesgos y networking.

4.3 Conocimientos sobre emprendimiento

Asimismo, las estudiantes realizaron su autoevaluación de acuerdo a su percepción sobre los conocimientos relacionados con el emprendimiento que adquirieron dentro de su formación. Se realizó un análisis debido que el objetivo de la investigación fue identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para fortalecer su intención emprendedora. Con base en los resultados obtenidos de las encuestas (véase Anexo 11), en la Tabla 4.4 se muestran los conocimientos que más del 50% de las alumnas perciben que no adquirieron durante su formación:

Tabla 4.3

Conocimientos que las alumnas perciben que no adquirieron

Porcentaje	Conocimientos
69.7%	Análisis de datos
57.6%	Toma de decisiones financieras
51.5%	Organización de pagos de pasivos
	Optimización de procesos productivos
	Sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM)

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

En cuanto a los conocimientos que perciben haber adquirido (véase Anexo 12), en la Tabla 4.4 se enumeran los conocimientos que más del 50% de las alumnas consideran adquiridos durante su educación

Tabla 4.4

Conocimientos que las alumnas perciben haber adquirido

Porcentaje	Conocimientos
93.9%	Marketing digital
90.9%	Administración de recurso humanos
87.9%	Desarrollo sostenible
84.8%	Definición de metas
75.8%	Análisis y diseño de estrategias
75.8%	Mejoramiento del nivel profesional de los colaboradores
72.7%	Organización y dirección de equipos
66.7%	Planeación estratégica
63.6%	Estandarización de procesos
57.6%	Elaboración de presupuestos
54.5%	Apertura de nuevos mercados
51.5%	Proyección comercial de una empresa

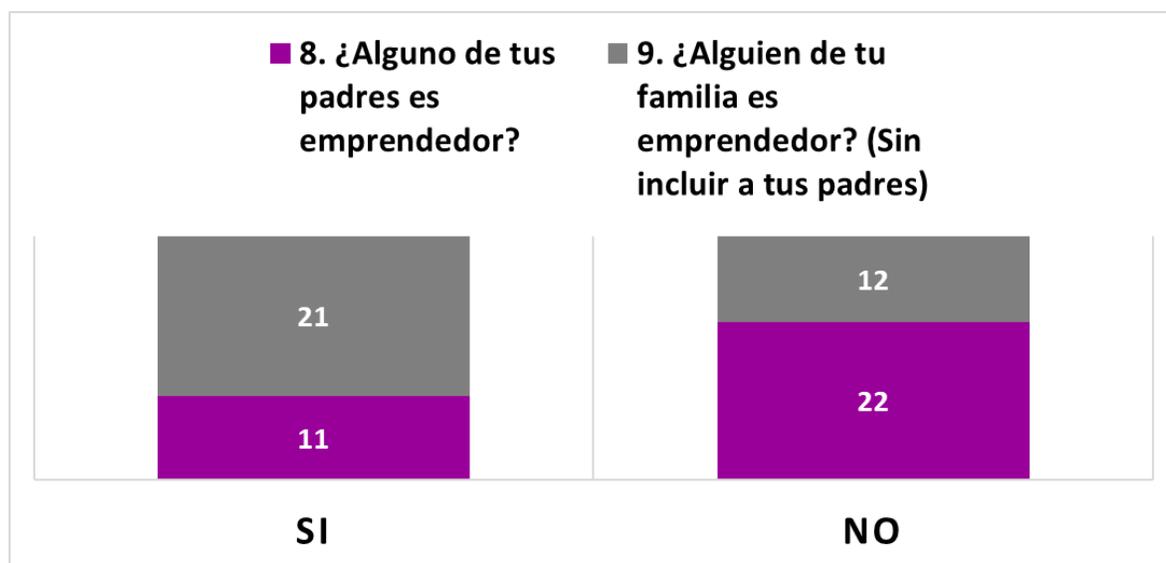
Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

4.4 Experiencias, intereses y actitudes hacia el emprendimiento

De las alumnas encuestadas, 11 de ellas mencionan que tienen padres emprendedores y 21 que alguien de su familia es emprendedor como se aprecia en la Figura 4.2.

Figura 4.2

Padres o familiares emprendedores



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

Además, el 51.5% de ellas reconocen que han llevado más de dos cursos sobre emprendimiento durante su formación en la LCE (véase Anexo 13), cabe resaltar que mencionaron cursos como Construye tu emprendimiento con POSIBLE, Nacional Financiera (NAFIN) Curso sobre las habilidades de un emprendedor, Simposio y Taller de emprendimiento como cursos extracurriculares que realizaron relacionados con el emprendimiento.

También el 81.8% de ellas menciona que no fueron invitadas por parte de la UTM a pertenecer a un grupo de emprendedores (véase Anexo 14) mientras que el 18.2% restante indican que fueron invitadas a pertenecer al grupo de emprendedores Enactus.

Adicionalmente ellas mencionan haber tomado cursos sobre emprendimiento dentro de su carrera, trabajaron para un emprendedor o una startup, realizaron estudios de mercado para un nuevo producto o tecnología, desarrollaron un producto o una tecnología para un cliente, hicieron un *elevator pitch*, participaron en actividades de emprendimiento o empresariales en organizaciones estudiantiles, llevaron a cabo un plan de negocios, concursaron en competencias relacionadas con el emprendimiento y además asistieron a talleres de emprendimiento extracurriculares.

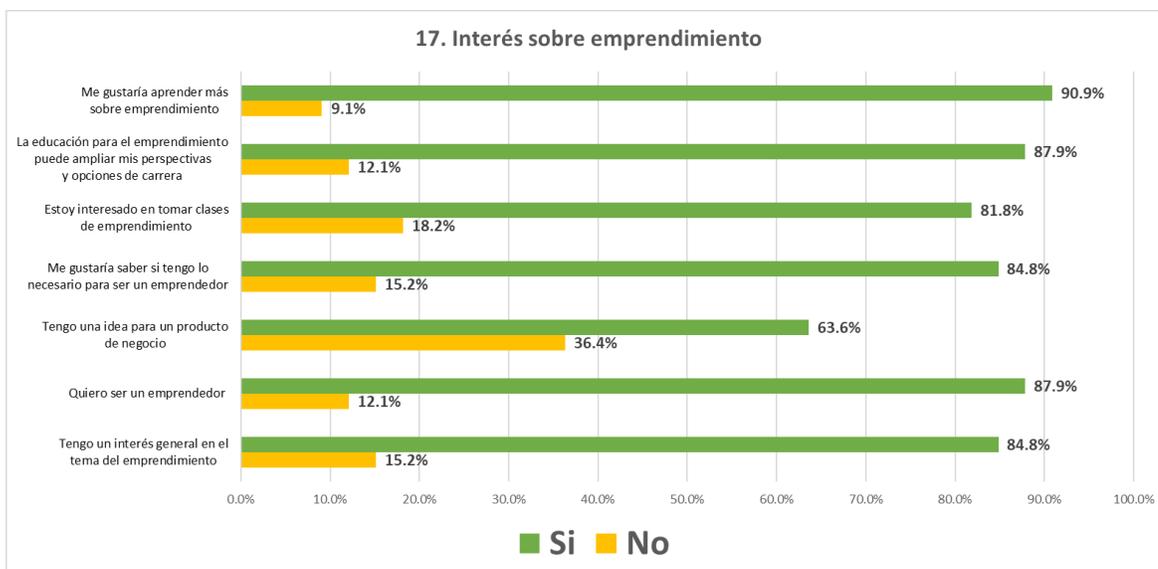
Del mismo modo las alumnas evaluaron en que grado percibían que aprendían diferentes competencias emprendedoras durante su formación, la escala para ejecutar dicha evaluación era Nada, Poco, Suficiente y Mucho. Nuevamente se priorizan las respuestas obtenidas en las escalas de Nada y Poco que son las que indican qué aspectos se deben fortalecer. De acuerdo con los resultados, más del 50% menciona que se motiva a los estudiantes a desarrollar sus habilidades emprendedoras y por último el 57.6% refiere que la enseñanza del emprendimiento no es impartida con perspectiva de género (véase Anexo 15 y 16).

Respecto a las opciones que ellas consideran para después de graduarse el 81.8% de las alumnas encuestadas tienen interés en iniciar su propio negocio y ser autoempleadas, el 69.7% no tiene interés en trabajar para una pequeña empresa o start-up, el 75.8% tiene interés en trabajar para una empresa mediana o grande, asimismo el 54.5% de ellas muestran interés para trabajar en el gobierno y un 54.5% prefieren no estudiar un posgrado u otra carrera (véase Anexo 17).

En la Figura 4.4 se puede observar que el 84.8% de las alumnas tiene interés en el tema del emprendimiento, un 87.9% quieren ser emprendedoras, mientras que el 63.6% ya tienen una idea para un producto de negocio, al 84.8% les gustaría saber si tienen lo necesario para ser emprendedoras, el 81.8% tienen interés en tomar clases de emprendimiento, el 87.9% creen que la educación para el emprendimiento puede ampliar sus perspectivas y opciones de carrera y al 90.9% de ellas les gustaría aprender más sobre emprendimiento.

Figura 4.3

Interés sobre el emprendimiento



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las jóvenes universitarias del décimo semestre de la LCE.

Actualmente el 78.8% de las jóvenes universitarias no han tenido un negocio propio, un 51.5% de ellas están interesadas en empezar su negocio el próximo año, un 75.8% de ellas pretenden iniciarlo en 5 años y finalmente el 60.6% de ellas quieren iniciarlo en 10 años (véase Anexo 18).

Las jóvenes universitarias muestran mayor interés por actividades del sector terciario debido que quieren brindar servicios como cafeterías, papelería, decoración para fiestas, consultoría de MiPyMes, restaurantes, centros de entretenimiento, cajas de ahorro, entre otros. Además, al 97% de ellas les gustaría emprender para ganar más dinero, así como para tener más flexibilidad e independencia, mientras que el 93.9% de ellas les gustaría emprender para crear empleos y al 87.9% para crear algo propio (véase Anexo 19 y 20). Y el 18.2% de ellas mencionaron que les gustaría emprender para apoyar a productores oaxaqueños, cuidar el ambiente, sentirse realizadas como personas, apoyar económicamente a su familia y para consolidar su negocio familiar (véase Anexo 21).

Para finalizar, el 55% de las alumnas de la LCE no consideraba emprender al iniciar la carrera y en la actualidad el 91% de ellas ya considera emprender. Siendo el 76% de las encuestadas las que consideran que su opinión sobre emprendimiento no es la misma que la que tenía cuando inicio la carrera. Esto debido a que consideran que es más complejo de lo que pensaban, se ampliaron sus conocimientos y aprendió de alternativas y posibilidades reales (véase Anexo 22, 23 y 24).

4.5 Principales hallazgos

Se identificó que los hombres se calificaron puntuaciones más altas que las alumnas. Este dato es relevante ya que en la LCE de la UTM predominan las estudiantes mujeres.

De acuerdo con los resultados de las encuestas, las alumnas perciben que cuentan mayormente con las habilidades, pero no con los conocimientos sobre emprendimiento, a

pesar de que ellas mencionan que durante su formación no se les motiva a desarrollar dichas habilidades.

Respecto a las habilidades, las que ellas perciben que no tienen desarrolladas son: control interno e innovación. Además, ellas perciben que no adquirieron conocimientos como: análisis de datos, toma de decisiones financieras, elaboración de estados financieros, organización de pagos de pasivos, optimización de procesos productivos y sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM).

Asimismo, se puede identificar que la universidad sí desarrolla algunos talleres o conferencias en relación con el emprendimiento. Además, la mayoría de las alumnas tiene el deseo de emprender, teniendo interés en adquirir y desarrollar mejor sus conocimientos y habilidades. Cabe señalar que los emprendimientos que ellas tienen en mente son del sector terciario tales como: cafeterías, papelerías, decoración de fiestas, centro de entretenimiento, etc.

4.6 Identificación de aspectos que se pueden fortalecer

Debido a que los alumnos no recuerdan algunos temas vistos en clase para que ellas tengan mayor retención de lo aprendido en el aula, las clases deberían ser más interactivas lo que serviría además para que los estudiantes sigan desarrollando sus habilidades durante clase, con la finalidad de crear un clima positivo en el aula.

Los docentes podrían utilizar diversas estrategias de aprendizaje para que sea más fácil de recordar para los alumnos los temas vistos en clase, variando los métodos de enseñanza para que no caigan en el aburrimiento y la rutina, realizando evaluaciones diagnosticas previas sobre los temas a abordar, de esta manera se podrá observar cuales son los puntos débiles de los estudiantes respecto a la materia. Además, la universidad puede optar por instaurar sistemas de enseñanza docente universitaria donde se puedan mezclar los elementos del juego con la acción educativa, de forma que los alumnos puedan lograr el cumplimiento de los objetivos de las asignaturas que cursan en un ambiente más activo y desarrollando sus habilidades.

Volviendo a mencionar que es importante que la universidad desarrolle más actividades extracurriculares que les permitan poner en práctica sus conocimientos y desarrollar sus habilidades e igualmente aprender y adquirir experiencia a través de las pláticas con emprendedores con la finalidad de que al egresar ellas ya se sientan preparadas para emprender. Lo que es de vital importancia debido a que la mayoría de las alumnas son del estado de Oaxaca y al emprender generarían empleos en el lugar donde se desarrollen dichos emprendimientos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La formación que reciben las jóvenes universitarias de la LCE de la UTM es fundamental para su toma de decisiones laborales. En la página oficial de la UTM se encuentra el plan de estudios de la LCE el cual contempla que un egresado de dicha licenciatura tiene la capacidad de iniciar una empresa o gestionar una existente. En relación con lo anterior el emprendimiento dentro de la LCE es mostrado como una opción de autoempleo, por lo que es importante analizar la formación universitaria debido que esta influye en su intención emprendedora.

Además, para las egresadas es difícil encontrar con facilidad empleos bien remunerados en el estado de Oaxaca, por esta razón es importante estimular el emprendimiento debido que este puede ser una alternativa para empoderar económicamente a las mujeres, mejorando su calidad de vida y también les posibilita una mayor flexibilidad al combinar sus responsabilidades laborales con las familiares.

El emprendimiento de mujeres contribuye al crecimiento económico, promueve la igualdad de género y la generación empleos, aminorando la migración de la población.

El objetivo general de esta investigación fue **identificar los conocimientos y habilidades que pueden enriquecer la formación de las jóvenes universitarias de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad Tecnológica de la Mixteca para fortalecer su intención emprendedora**. Para su cumplimiento se propusieron cuatro objetivos específicos.

El primer objetivo específico fue **realizar una investigación documental sobre la educación emprendedora y las habilidades necesarias para el emprendimiento**. Este objetivo se cumplió, ya que se realizó una investigación documental que se presenta en el capítulo 2, donde se describe la importancia de la formación universitaria para las jóvenes destacando los conocimientos y habilidades que fortalecen la intención emprendedora.

El segundo objetivo específico fue **analizar las materias del plan de estudios de la LCE de la UTM para identificar cuáles son los conocimientos, habilidades y actividades extracurriculares relacionadas con el emprendimiento que se incluyen durante la formación de las jóvenes universitarias**. Este objetivo se logró mediante el análisis documental del plan de estudios actual de la licenciatura donde se identificaron los conocimientos y habilidades que desarrollan las alumnas en cada una de las materias que cursan durante su formación. Asimismo, se realizó un análisis de campo del que se obtuvo información de sus actividades extracurriculares mediante una entrevista realizada a la Jefa de carrera de la LCE de la UTM. El análisis del plan de estudios y la información obtenida en tal entrevista se presentan en el capítulo 3.

El tercer objetivo específico fue **conocer en qué medida las jóvenes universitarias próximas a egresar de la LCE de la UTM perciben que cuentan con los conocimientos, habilidades, actitudes y experiencia para emprender, y su intención de realizar esta actividad al egresar**. Este objetivo se alcanzó a través de la aplicación de encuestas donde

las jóvenes universitarias se autoevaluaron respecto a los temas antes mencionados. El análisis de los resultados de las encuestas aplicadas se encuentra en el capítulo 4.

El cuarto objetivo específico fue **identificar los conocimientos y habilidades que pueden fortalecer la formación emprendedora de las jóvenes universitarias de la LCE de la UTM, para que si deciden emprender se encuentren mejor preparadas**. Este objetivo se cumplió al analizar la investigación documental para identificar los principales elementos de la educación emprendedora y las habilidades que debe tener un emprendedor. En base a ello y a los resultados del trabajo de campo se pudieron determinar los aspectos que pueden ser reforzados y que llevaron a la identificación de algunas recomendaciones encaminadas a fortalecer la formación universitaria de las jóvenes. Los resultados de este objetivo se encuentran en capítulo 2 y en el capítulo 4.

Los resultados de esta investigación permiten observar que el plan de estudios de la LCE que ofrece la UTM cubre las áreas de conocimiento que de acuerdo con la literatura debe tener un emprendedor y además hace énfasis en el área de Tecnologías de la Información y Comunicación, es importante señalar que la digitalización es de vital importancia en los emprendimientos porque representa una de las maneras en que se interactúa actualmente con los clientes y se posicionan los productos o marcas en el mercado.

En relación con las habilidades, se puede identificar que de igual manera durante su formación las jóvenes universitarias desarrollan la mayoría de las habilidades que los autores analizados en la literatura mencionan como las que debe poseer un emprendedor, también desarrollan otras que no se identifican en la literatura. Por lo tanto, lo único que es necesario fortalecer durante su formación son actividades que les permitan tener mayor seguridad en sí mismas y poner en práctica sus habilidades para adquirir experiencia.

Recomendaciones

A partir de los resultados de la investigación se hacen tres recomendaciones para fortalecer la intención emprendedora de mujeres universitarias a través de las competencias emprendedoras:

1. Proyectos de emprendimiento en las materias universitarias

Los resultados muestran que las estudiantes tienen interés por emprender, por lo que es recomendable que a partir de su tercer año en la universidad se les asignen talleres extracurriculares sobre el emprendimiento con la finalidad de hablarles de los conceptos generales de esta materia y que ellas puedan elegir un emprendimiento, el cual podrán desarrollar a lo largo de su formación, fortaleciéndolo con los conocimientos que adquieran en cada materia cursada, por lo que al finalizar su formación tendrían un emprendimiento completo. Además, habrán adquirido experiencia profesional al poner en práctica en su proyecto emprendedor todos los conocimientos y habilidades adquiridos durante su estancia en la universidad. Siendo más probable que cuenten con los conocimientos y habilidades para emprender. En relación a lo anterior Espinosa (2023) menciona que los apoyos educativos que brindan las universidades tales como cursos en relación con el comienzo, administración

o gerencia de empresas, así como la retroalimentación positiva de los profesores sobre el emprendimiento pueden incentivar la intención emprendedora en las estudiantes universitarias. De esta manera, a medida que las estudiantes vayan desarrollando su proyecto emprendedor los profesores podrán identificar cuáles son las debilidades de las alumnas e ir reforzándolas y en consecuencia fortalecer la intención emprendedora de las estudiantes universitarias.

2. Creación de incubadoras de negocios

Igualmente, el que la universidad tenga una incubadora de empresas sería de vital importancia y complementarían la propuesta anterior debido a que con esto se incentivaría el espíritu emprendedor de las alumnas, así como también se estimularía la generación de ideas innovadoras de ellas, mediante la detección de emprendimientos por oportunidad, los cuales surgen en respuesta a una necesidad encontrada en el mercado, de esta manera los emprendimientos tendrían una mayor probabilidad de sobrevivencia y de escalabilidad. Es así que se podrían fortalecer los conocimientos, habilidades y experiencias de las estudiantes a través de la orientación, asesoría y mentoría proporcionada por la incubadora, esto permitiría que la LCE de la UTM se perfilara como un centro de innovación y emprendimiento, fortaleciendo la calidad de la educación que se ofrece a las estudiantes. Además, a través de la incubadora se podría incentivar la formación de grupos multidisciplinarios para la creación de empresas, entre las estudiantes de la LCE con alumnas de las diferentes carreras que ofrece la UTM.

3. Creación de grupos multidisciplinarios

La creación de grupos de trabajo multidisciplinarios conformados en un 80% por mujeres, se sugiere que predominen las mujeres debido que esto permitiría que exista mayor confianza entre ellas y una mejor comunicación para compartir conocimientos, habilidades y experiencias adquiridas y desarrolladas durante su formación y de esta manera puedan surgir ideas de negocio creativas e innovadoras. Adicionalmente, esta actividad ofrecería una gran ventaja, debido a que las alumnas de las diferentes carreras podrán enriquecer su formación profesional y podrán reforzar sus habilidades de comunicación y de trabajo en equipo.

De esta manera, se aprovecharían los conocimientos que tienen las jóvenes universitarias de la de LCE de la UTM acerca de la gastronomía, cultura y artesanías de las comunidades a las que pertenecen, abordando las necesidades detectadas en el mercado con soluciones innovadoras mediante la creación de emprendimientos conjuntos y con ello, promover el desarrollo económico del estado. Además, esto permitiría que dichos grupos de trabajo puedan competir en diferentes concursos con proyectos mejor desarrollados.

Estas tres recomendaciones deben abordarse con perspectiva de género, ya que se busca que los emprendimientos femeninos aumenten y además tengan un mayor grado de innovación en la LCE de la UTM contribuyendo de esta manera al desarrollo productivo, económico y social de las regiones del estado de Oaxaca.

Finalmente, los resultados de la tesis dan lugar a nuevas líneas de investigación, una de ellas sería evaluar la efectividad de los métodos de enseñanza en la creación y el desarrollo de proyectos emprendedores liderados por jóvenes universitarias. La segunda línea de investigación estaría relacionada con la identificación de las nuevas tendencias en la educación emprendedora a nivel mundial con perspectiva de género. Por último, se podría analizar cómo la educación emprendedora influye en la empleabilidad de las graduadas y en su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado laboral.

REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Acevedo, M., Pintor, J., Montes, O. y Díaz, R. (2007). La Pobreza en Oaxaca. *Revista de la Dirección General de Población de Oaxaca*, 7(18). http://sisplade.oaxaca.gob.mx/sisplade/Manuales/La_pobreza_en_Oaxaca.pdf
- Aguilar, Y., Valdez, J., González, N. y González, S. (2013). Los Roles de Género de los Hombres y las Mujeres en el México Contemporáneo. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 18(2), 207-224. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29228336001>
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. McGraw-Hill.
- Aleman, L. y Urriolagoitia, L. (2014). Iniciativa emprendedora y jóvenes en España. *ICE, Revistas Información Comercial Española*, 1(881). <https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1733/1733>
- Álvarez, P., Ibarra, S., Menéndez, C., Federico, J., y Kantis, H. (2016). El ecosistema emprendedor de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Una mirada exploratoria. *Revista Pymes, Innovación y Desarrollo*, 4(1), 145-173. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/14871>
- Avilés, G. (2017). *El Índice de Moran en el Desempleo Juvenil por Entidad Federativa en México, 2005-2015 II*. [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. <https://core.ac.uk/download/pdf/159384315.pdf>
- Bird, B. (1988). *Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention* [Implementación de ideas empresariales: el caso de la intención]. *Academy of management Review*.
- Cabana R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M. y Alvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 65-74. <https://www.scielo.cl/pdf/jotmi/v8n1/art07.pdf>
- Camarena, M. y Saavedra, M. (2017). *Características y Retos de la Mujer Empresaria en la Ciudad de México*. UNAM-FCA Publishing. https://www.researchgate.net/profile/Maria-Luisa-Saavedra-Garcia/publication/324418383_caracteristicas_y_retos_mujer_empresaria/links/5acd2133a6fdcc878409bcd1/caracteristicas-y-retos-mujer-empresaria.pdf
- Camberos, M. (2011). Empoderamiento femenino y políticas públicas, una perspectiva desde las representaciones sociales de género. *Unilibre Cali*, 7(2), 40-53. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3400>
- Carrión, R. (2003). Prospectiva, pertinencia, pertinencia y calidad de la educación universitaria. *Industrial Data*, 6(1), 103-105. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81606115>

- Comisión Estatal para la Planeación de la Educación Superior en el Estado de Oaxaca. (2020). *Catálogo de la Oferta de Educación Superior en el Estado de Oaxaca 2020-2021*. <https://www.oaxaca.gob.mx/coepes/wp-content/uploads/sites/15/2021/05/CATALOGO-LICENCIATURAS-2020-2021.pdf>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2019, 10 de enero). *¿Qué es el techo de cristal y qué pueden hacer las empresas para impulsar la igualdad de género?*. <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>
- ConectaPyme. (2023, 28 agosto). Ideas de Negocios Rentables en Oaxaca. *Negocios y Tecnología*. <https://www.conectapyme.com/blog/ideas-de-negocios-rentables-en-oaxaca/>
- Crant, J. (1996). *The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions* [La escala de personalidad proactiva como predictor de intenciones emprendedoras]. *Journal of Small Business Management*.
- Crissien, J. (2008). Círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 63, 23-39. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611455003.pdf>
- Diario de la Mixteca. (2017, 10 de abril). *Crece número de mujeres en universidades de Oaxaca*. <https://www.diariodelamixteca.com/educacion/crece-numero-de-mujeres-en-universidades-de-oaxaca.html>
- Dussán, D., Mosquera, D. y Quintero, A. (2019). El emprendimiento femenino: revisión de literatura. *Revista Entornos*, 32(2), 51-59. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8017457>
- Escuela Superior de Negocios Aplicados. (s.f.). *Principales conocimientos de negocios que debe tener un emprendedor*. <https://esnaedu.com/blog/principales-conocimientos-de-negocios-que-debe-tener-un-emprendedor/>
- Espinosa, M. (2023). Apoyos educativos para impulsar emprendimientos relevantes e innovadores: lecciones de las empresas latinoamericanas premiadas internacionalmente. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo Ride*, 14 (27). <https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/1539/4142>
- Ferreto, E., Lafuente, E. y Leiva, J. (2018, noviembre). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *TEC Empresarial* 12(3). <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v12n3/1659-3359-tec-12-03-43.pdf>

- Feijoo, E. y Gutiérrez, N. (2020). Las competencias distintivas de un emprendedor. Análisis de las habilidades comerciales y sociales. *Revista Espacios*, 41(34). 200-217. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n34/a20v41n34p15.pdf>
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. y Sobrero, M. (2009). *The foundation of entrepreneurial intention* [El fundamento de la intención emprendedora]. Summer Conference.
- Flores, L. (2018, 29 marzo). *Oaxaca, donde menos sobreviven microempresas*. El Universal Oaxaca. <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/especiales/28-03-2018/oaxaca-donde-menos-sobreviven-microempresas>
- Fuentes, F., Saco, F. y Rodríguez, P. (2013, diciembre). *Estudio sobre el perfil emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba*. Consejo Social de la Universidad de Córdoba. https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/14158/Perfil_emprendedor_III_informe_estudio_interactivo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fuentes, F. y Sánchez, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28. <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- Gálvez, L. y Torres, J. (2010). *Desiguales mujeres y hombres ante la crisis financiera*. Barcelona. Icar.
- García, P. (2023, 12 de julio). *Conocimientos que debe tener un emprendedor antes de iniciar un proyecto*. Emprende Pyme. Net. <https://emprendepyme.net/r>
- García, V. (2015, diciembre). Emprendimiento empresarial juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236. <https://www.redalyc.org/pdf/773/77340728046.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor. (s.f.). *How GEM defines entrepreneurship*. <https://www.gemconsortium.org/wiki/1149>
- Guachimbosa, V., Lavín, J. y Santiago, N. (2019). Vocación de crear empresas y actitud, intención y comportamiento emprendedor en estudiantes del Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(1), 71-81. <https://www.redalyc.org/journal/280/28059678007/html/>
- Hernández, C. y Arano, R. (2015), El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. *Ciencia Administrativa*, 1. <https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1858/3405>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

- Hidalgo, F. (2024, 11 de noviembre). *El impacto del emprendimiento femenino en México*. *Noticias NEO*. <https://noticiasneo.com/articles/2024/11/11/el-impacto-del-emprendimiento-femenino-en-mexico>
- Holded. (2024, 24 de junio). *8 conocimientos que todo empresario debe tener*. <https://www.holded.com/es/blog/conocimientos-empresario>
- Ibáñez, C. (1994). Pedagogía y Psicología Interconductual. *Revista Mexicana de Análisis de la Conducta*, 20, 99-113. <http://rmac-mx.org/wp-content/uploads/2013/05/VOL-20-N-1-99-113.pdf>
- Instituto Coullaut de Psiquiatría. (2022, 24 de febrero). *La importancia de la percepción en los procesos psicológicos*. <https://coullautdepsiquiatria.es/la-importancia-de-la-percepcion-en-los-procesos-psicologicos>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENOE/ENOE2024_09.pdf
- Iturbide, L., Rodríguez, R., López, V., Díaz, A. y Aguado, A. (2020). Las características del emprendedor mexicano: estudio de caso de Lean Startups México. *The Anáhuac Journal*, 20(2), 12-37. <https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2020v20n2.01>
- Julca, E. (2016, 26 de octubre). Conceptos Básicos de la Educación Universitaria. *Revista Cultura*, 30, 31-64. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_30_conceptos-basicos-de-la-educacion-universitaria.pdf
- Leyva, A., Alcántara, J., Espejel, J. y Coronado-García, M. A. (2019). Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 115-132. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/2293/1892>
- Maceda, A. (2021). *Potenciar las Habilidades de Emprendimiento de Estudiantes Universitarios, una opción para el Desarrollo Económico*. Universidad Tecnológica de la Mixteca. 4-19. <http://repositorio.utm.mx:8080/jspui/handle/123456789/417>
- Manjarres, R. (2017). *Desarrollo de las Competencias y Habilidades Gerenciales de los Emprendedores del Fondo Emprender Sena Regional Sucre*. (Tesis de maestría, Universidad Tecnológica de Bolívar). <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3359/0072984.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meza, E. (2024, 5 de agosto). *Oaxaca, el estado con más mipymes lideradas por mujeres*. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/el-empresario/Oaxaca-el-estado-con-mas-mipymes-lideradas-por-mujeres-20240804-0073.html>

- Mujer Ejecutiva. (2022, 22 de noviembre). *Oaxaca tiene brecha salarial del 27.1%, la mayor del país*. <https://mundoejecutivo.com.mx/mujer-ejecutiva/oaxaca-tiene-brecha-salarial-del-27-1-la-mayor-del-pais/>
- Muñiz, L., Roberti, E., Deleo, C. y Hasicic, C. (2013). Trayectorias laborales en Argentina: una revisión de estudios cualitativos sobre mujeres y jóvenes. *Revista Lavboratorio*, (25), 57-59. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/90616>
- Navarrete, F. y Samperio, J. (2020). Características de las habilidades de emprendimiento de mujeres estudiantes de licenciatura evaluadas bajo un ambiente de aprendizaje híbrido en el inicio de la contingencia presentada por el COVID-19. *Recherches en Sciences de Gestion*, 6(141), 91-118. <https://www.cairn.info/revue-recherches-en-sciences-de-gestion-2020-6-page-91.htm>
- Olmos, J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*. PEARSON.
- Onmex. (s.f.). *Diferencia entre ciencias empresariales y administración de empresas*. <https://onmex.mx/business/diferencias-ciencias-empresariales-y-administracion-de-empresas/>
- Orihuela, N. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109-122. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1946/1967>
- Organización Internacional del Trabajo. (2013). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2013: Una generación en peligro*. https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/wcms_212725.pdf
- Organización Internacional para las Migraciones. (2022). *Análisis de la situación de la niñez y adolescencia Migrante en Oaxaca*. <https://mexico.iom.int/sites/g/files/tmzbd11686/files/documents/2023-07/analisis-nna-oaxaca.pdf>
- Ortiz, P. (2014). El trabajo a tiempo parcial ¿una alternativa para la mujer en tiempos de crisis?. *Sociología del Trabajo*, 82, 73-92. <https://recyt.fecyt.es/index.php/sociologiatrabajo/article/view/54750>
- Paños Castro, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20(3), 33-48. <https://www.redalyc.org/pdf/2170/217052050003.pdf>
- Paz, A., Harris, J. y Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *Económicas CUC*, 37(2), 47-68. https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/1145/pdf_118
- Paz, Y. y Espinosa, M. (2019). Emprendimiento femenino en México: Factores relevantes para su creación y permanencia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y*

Administrativas, 20(2), 116-137.
<https://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/4972/5756>

- Pérez, M., Valencia, O. y Soto, D. (2019). *Contexto del emprendimiento social y autoempleo en el estado de Oaxaca, como factor de desarrollo*. Universidad de la Sierra Sur. <https://www.eumed.net/actas/19/desigualdad/9-contexto-del-emprendimiento-social-y-autoempleo-en-el-estado-de-oaxaca.pdf>
- Pesántez, M., Sonja, M., Stadelhofer, M., Alava, G. y Aguirre, J. (2018). *La Intención en el emprendimiento social en jóvenes universitarios con énfasis en género*. Universidad Nacional de La Plata. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.12711/ev.12711.pdf
- Posada, S. (2006). La formación del universitario: Un gran desafío para la universidad. *UnipluriVersidad*, 6(2), 11-17. <https://doi.org/10.17533/udea.unipluri.11974>
- Pro Mujer. (2023). *Emprende Pro Mujer capacitó a más 26 mil emprendedoras en 2022*. <https://promujer.org/portal/2023/09/05/emprende-pro-mujer-capacito-a-mas-26-mil-emprendedoras-en-2022/>
- Ramos, E., Cuadra, V., Falla, C., Castro, M. e Izquierdo, J. (2023). Emprendimiento femenino en estudiantes universitarios: una revisión de literatura. *Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 19(90), 203-213. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v19n90/1990-8644-rc-19-90-203.pdf>
- Rojas, M., Tapia, J., Herrera, B. y Cárdenas, B. (2021). Emprendimiento y empoderamiento de la mujer rural de la parroquia de Santa Ana del cantón Cuenca; una mirada desde Trabajo Social. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 855-883. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.1971>
- Rubio, F. y Lisbona, A. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica*, 21, 1-17. <https://www.redalyc.org/journal/647/64772074011/html/>
- Sánchez, M. y Rodríguez, P. (2015, 15 de junio). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (4). <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1456/1171>
- Seara, M. (2019). *Un Nuevo Modelo de Universidad Universidades para el Desarrollo*. (3a ed.). <https://www.suneo.mx/libros/nmu2.pdf>
- Secretaría de Educación Pública. (2015, 21 de abril). *Modelo de Emprendedores para la Educación Media Superior*. <https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/modelo-de-emprendedores-para-la-educacion-media-superior>
- Sistema de Universidades Estatales de Oaxaca. (s. f.). *Nuestras Universidades y Campus*. <https://www.suneo.mx/web/campus>

- Solar, S. (2010, abril). *Emprendedores en el Aula Guía para la formación en valores y habilidades sociales de docentes y jóvenes emprendedores*. Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Tene, V. y Mena, S. (2021). Gamificación como estrategia para la enseñanza - aprendizaje de Emprendimiento y Gestión. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(4), 200-218. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8217194>
- Universidad Tecnológica de la Mixteca. (2016). *Manual de Organización*. (1ª ed.). <https://www.oaxaca.gob.mx/transparencia/wp-content/uploads/sites/52/2019/09/UTM.pdf>
- Universidad Tecnológica de la Mixteca. (s.f.a). *¿Qué es la UTM?*. <https://www.utm.mx/nuestrauniversidad.html#historia>
- Universidad Tecnológica de la Mixteca. (s.f.b). *Licenciatura en Ciencias Empresariales*. https://www.utm.mx/lic_ciencias_empresariales.html
- Universidad Tecnológica de la Mixteca. (s.f.c). *Licenciatura en Ciencias Empresariales, Plan 2018*. <https://www.utm.mx/~ofertaeducativa/empresariales/Plan2018.html>
- Universidad Tecnológica de la Mixteca. (s.f.d). *Oferta Educativa*. <https://www.utm.mx/ensenanza.html#oferta>
- Valencia, G. (2012). Autoempleo y emprendimiento. una hipótesis de trabajo para explicar una de las extrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. *Semestre Económico*, 15(32), 103-127. <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v15n32/v15n32a5.pdf>
- Valnalón. (2022, 9 de febrero). *¿Qué es la Educación emprendedora?*. <https://valnalon.com/educacion-emprendedora/que-es-la-educacion-emprendedora/>
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 4(8), 47-53. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>
- Veciana, J. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial*. Colección Estudios Económicos.
- Viciano, V., Fernández, A., Linares, M., Espejo, T., Puertas, P. y Chacón, R. (2018). Los Estudios Universitarios y el Mindfulness. Una Revisión Sistemática. *Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 16(1), 119-131. <https://www.redalyc.org/journal/551/55160047008/55160047008.pdf>
- Westreicher, G. (2020, 1 de mayo). Economipedia. *Ciencias empresariales*. <https://economipedia.com/definiciones/ciencias-empresariales.html>

ANEXOS

ANEXO 1

ANÁLISIS DE LOS CONOCIMIENTOS QUE ADQUIEREN Y LAS HABILIDADES QUE DESARROLLAN LAS ALUMNAS DE LA LCE DE LA UTM POR ASIGNATURA

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
I	Matemáticas para Ciencias Empresariales	Los alumnos conocerán y aplicarán técnicas matemáticas básicas que les permitan resolver problemas cuantitativos dentro de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Ecuaciones lineales <ul style="list-style-type: none"> ○ Funciones lineales, polinómicas, exponenciales y logarítmicas • Cálculo diferencial <ul style="list-style-type: none"> ○ Limites ○ Derivadas de orden superior ○ Optimización y funciones • Aplicación del cálculo integral <ul style="list-style-type: none"> ○ Antiderivadas ○ Integrales definidas ○ Técnicas de integración • Aplicación de optimización de funciones <ul style="list-style-type: none"> ○ Derivadas parciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Análisis de datos • Toma de decisiones • Pensamiento lógico
	Introducción a las Ciencias Administrativas	El alumno comprenderá la evolución de la administración y sus tendencias. Además de analizar y aplicar las etapas del proceso administrativo en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamento, concepto e importancia de la administración • Antecedentes de la administración • Principales escuelas del pensamiento administrativo • Concepto y evolución del proceso administrativo • Función de planeación 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Resolución de conflictos • Toma de decisiones • Trabajo en equipo • Comunicación asertiva • Negociación

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Planeación de la acción administrativa ○ Planeación estratégica, táctica y operativa ○ Administración por objetivos ● Función de organización <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura organizativa y organización efectiva ● Función de dirección <ul style="list-style-type: none"> ○ Liderazgo y motivación ○ Equipos de trabajo ○ Comunicación y negociación ○ Toma de decisiones directivas ● Función de control <ul style="list-style-type: none"> ○ Proceso de control básico ○ Tipos de control 	
	Introducción a la Contabilidad	El alumno será capaz de analizar, procesar y registrar las operaciones de una entidad como del sistema de registro, a partir de la comprensión de conceptos básicos contables, a través de los procesos de registro.	<ul style="list-style-type: none"> ● Concepto, objetivo y fundamentos legales de la contabilidad ● Postulados básicos de contabilidad ● Clasificación de las empresas por actividades económicas ● Información financiera <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura del estado de resultado integral ○ Formas de presentación de estados de situación financiera ○ Formas de presentación de estados de flujo de efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento crítico ● Organización ● Comunicación asertiva ● Autoeficacia ● Control interno

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Formas de presentación de estados de cambios en el capital contable ● Proceso contable <ul style="list-style-type: none"> ○ Reglas de la teoría de la partida doble ○ Registro de las operaciones en la actividad de las organizaciones ○ Elementos de la cuenta contable 	
	Historia del Pensamiento Filosófico	Comprender la importancia de la filosofía en el desarrollo de la ciencia y las disciplinas sociales, así como conocer los diferentes problemas de las teorías filosóficas que ayudaran al alumno en la comprensión del mundo social y cultural en el que se desenvuelve.	<ul style="list-style-type: none"> ● Disciplinas filosóficas ● Métodos de la filosofía ● La filosofía y otras áreas de la cultura y la ciencia ● Filosofía griega <ul style="list-style-type: none"> ○ El periodo cosmológico o físico ○ El periodo antropológico ○ El periodo sistemático ● Filosofía patristica y escolástica ● Filosofía moderna <ul style="list-style-type: none"> ○ Ciencia y método ○ Racionalismo ○ Empirismo ○ Criticismo ○ El Idealismo alemán ○ Positivismo ○ Socialismo ○ vitalismo ● Filosofía contemporánea <ul style="list-style-type: none"> ○ Positivismo lógico 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento crítico ● Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Existencialismo ○ Posmodernidad ○ Filosofía feminista ○ Realidad virtual 	
	Informática Empresarial	El alumno conocerá y aprenderá a utilizar herramientas tecnológicas de uso generalizado en el ámbito empresarial, herramientas que facilitan la eficiencia de los trabajos realizados dentro de la organización, tales como: procesador de texto, hoja de cálculo, diseño de presentaciones mediante diapositivas e internet; mediante la resolución de casos prácticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición, importancia y evolución de las TIC <ul style="list-style-type: none"> ○ Informática <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hardware y software ○ Ciberseguridad ○ Multimedia <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaboración y edición de imagen, audio y video ○ Internet <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redes de comunicaciones ▪ Navegación y búsquedas de información ▪ Almacenamiento en la nube ▪ Redes sociales • Procesador de textos <ul style="list-style-type: none"> ○ Formato de párrafo tabulación, columnas, numeración y viñetas ○ Encabezado y pie de página, numeración, notas al pie y comentarios • Hoja de cálculo <ul style="list-style-type: none"> ○ Ingresar, modificar o eliminar datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Tomar decisiones • Orientación al cambio

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Protección de la información de la hoja de calculo ○ Referencias de celdas y rangos: relativas y absolutas ○ Tipos de datos: constantes, números, fecha y hora ● Presentaciones mediante diapositivas <ul style="list-style-type: none"> ○ Forma de agregar contenido ○ Formato de párrafos y personalizar temas de las diapositivas ○ Efectos de: animación, transición, patrón, presentaciones interactivas, hipervínculos, inserción de audio y video ○ Exportar en PDF y creación a video 	
II	Probabilidad y Estadística Descriptiva	El alumno comprenderá y aplicará los procesos descriptivos para registrar, organizar, analizar e interpretar el comportamiento de datos en el campo de las ciencias empresariales y conocerá las bases de la teoría de la probabilidad para realizar inferencias sobre poblaciones.	<ul style="list-style-type: none"> ● Estadística descriptiva e inferencial <ul style="list-style-type: none"> ○ Población y muestra ○ Medidas de tendencia central y dispersión ○ Métodos gráficos y tabulares ● Probabilidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Teorema de Bayes ○ Funciones de densidad ○ Función de distribución acumulativa ● Distribuciones especiales discretas <ul style="list-style-type: none"> ○ Distribución binomial 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento critico ● Resolución de conflictos ● Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Distribuciones especiales ● Distribuciones especiales continuas <ul style="list-style-type: none"> ○ Distribución normal ○ Distribución gamma ○ Distribución F 	
	Administración de Recursos Humanos I	Comprenderá las funciones principales del área de recurso humanos, así como el proceso de gestión del capital humano en un ambiente organizacional, así como el proceso integral de análisis y diseño de puesto y el reclutamiento, selección e integración de personal.	<ul style="list-style-type: none"> ● Las personas <ul style="list-style-type: none"> ○ Bondades y dificultades de interactuar con personas ○ Que mueve o motiva a las personas ● La organización <ul style="list-style-type: none"> ○ Valorización del recurso humano ○ Estructura y ubicación de un departamento de recursos humanos ● Proceso de planeación de recursos humanos ● Pronóstico de recursos humanos ● Modelos de planeación de recurso humanos ● Proceso de elaboración de descripción de puestos ● Técnica de análisis de puestos ● Análisis del proceso de administración <ul style="list-style-type: none"> ○ Reclutamiento, selección y contratación ○ Motivación y desarrollo de recursos humanos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo en equipo ● Resolución de conflictos ● Negociación ● Liderazgo ● Motivación

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Inducción <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto y contenido del contrato individual de trabajo <ul style="list-style-type: none"> ▪ Derecho y obligaciones contractuales ▪ Derecho y obligaciones de la empresa 	
	Contabilidad Financiera	El alumno conocerá los registros contables específicos de las empresas comerciales y de transformación; y su registro en medios electrónicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de operaciones como <ul style="list-style-type: none"> ○ Estimación de cuentas incobrables ○ Depreciación y amortización ○ Aplicación de impuestos a utilidades • Registro de inventarios <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistema de registro de inventarios perpetuos ○ Sistema de registro pormenorizado ○ Valuación de inventarios • Clasificación de las cuentas de orden <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de las cuentas de orden en el balance • Generalidades y mecánica contable de ventas a crédito • Registro contable en medios electrónicos (COI o Software similar) <ul style="list-style-type: none"> ○ Captura de catálogos ○ Captura de información contable 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Pensamiento crítico • Organización

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Obtención de información contable-financiera 	
	Teoría General de Sistemas	El alumno comprenderá el enfoque de la teoría general de sistemas y la utilidad de sus conceptos para plantear os elementos y las relaciones que existen en la administración y el papel profesional del administrador.	<ul style="list-style-type: none"> • Paradigmas de la ciencia moderna: mecanicismo, reduccionismo y determinismo • El principio de la organicidad <ul style="list-style-type: none"> ○ La explicación de la teoría general de sistema ○ El principio de entropía como elemento organizador • Conceptos generales de un sistema • Los hemisferios cerebrales y el proceso pensante • Estilos de pensamiento complementarios: creativo, lateral, divergente, etc. • Pensamiento sistémico y algunas de sus aplicaciones en la globalización, crisis ambientales, la innovación y la sociedad del conocimiento • El proceso sistémico como subsistemas de control <ul style="list-style-type: none"> ○ La retroalimentación negativa y centros de control ○ Retroalimentación positiva ○ Los recursos, los componentes y la dirección del sistema 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento sistémico • Resolución de conflictos • Toma de decisiones • Trabajo en quipo • Creatividad
	Introducción al Derecho	Fomentar en el estudiante una cultura de la legalidad,	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos reguladores de la conducta humana 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de conflictos

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		<p>facilitándole los conocimientos suficientes dentro del marco jurídico imperante, que le permitan tener una aproximación al conocimiento del Derecho, en cuanto a su utilidad, ubicación, trascendencia, calores y manifestaciones, así como desarrollar un juicio crítico de las actuaciones de autoridades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Como surge el derecho ○ Normas sociales, jurídicas, morales, religiosas y éticas ● Definición del derecho y sus disciplinas jurídicas <ul style="list-style-type: none"> ○ Estudio tridimensional del derecho ○ Disciplinas jurídicas fundamentales, especiales y auxiliares del derecho ● Clasificación del derecho subjetivo, objetivo, sustantivo y adjetivo ● La creación del derecho <ul style="list-style-type: none"> ○ Fuentes formales, reales e históricas del derecho ○ Proceso legislativo mexicano ● Clasificación de las normas jurídicas por el sistema al que pertenecen, por su fuente, por su ámbito de validez, por su jerarquía, por sus sanciones y por su cualidad ● Conceptos jurídicos fundamentales como: sanción, coacción, actos jurídicos y supuesto jurídico ● Derechos humanos y perspectiva de género <ul style="list-style-type: none"> ○ Derechos civiles y políticos (derechos de primera generación) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento lógico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (derechos de segunda generación) • Concepto de nación y estado • Elementos del Estado Mexicano 	
III	Estadística Inferencial	El alumno conocerá y aplicará la estadística inferencial para estimar parámetros poblacionales y realizar pruebas de hipótesis que le coadyuven a tomar decisiones dentro del ambiente empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Estimación <ul style="list-style-type: none"> ○ Población y muestra aleatoria ○ Propiedades de los estimadores ○ Estimadores puntuales y de intervalo ○ Relación entre confiabilidad, precisión y confiabilidad fijas ○ Estadística, parámetro y estimador • Prueba de hipótesis estadística <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de errores ○ Relación entre los tipos de errores y el tamaño de la muestra ○ Pruebas para correlación lineal • Muestreo estadístico y no estadístico • Regresión lineal <ul style="list-style-type: none"> ○ Ajuste del modelo lineal mediante matrices ○ Prueba de bondad de ajuste del modelo lineal 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de datos • Toma de decisiones • Pensamiento crítico
	Administración de Recursos Humanos II	El estudiante tendrá los conocimientos técnicos, metodológicos y normativos relacionados	<ul style="list-style-type: none"> • Conservación del recurso humano <ul style="list-style-type: none"> ○ Teorías y modelos para propiciar la productividad 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Resolución de conflictos

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		<p>con el proceso de administración de los recursos humanos, que incluye, la retención, la capacitación, el adiestramiento y el desarrollo del personal de una organización en un ambiente seguro y saludable, así como también podrá comprender la importancia de una gestión estratégica del capital humano para competir en un contexto global.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Modelos y métodos para la evaluación del desempeño ○ Sistema de compensación justa y equitativa ● Sistema integral de capacitación y adiestramiento <ul style="list-style-type: none"> ○ El propósito y estructura de la capacitación ○ Aspecto legal de la capacitación y adiestramiento ● El proceso de capacitación y adiestramiento <ul style="list-style-type: none"> ○ Detección de necesidades de capacitación y adiestramiento ○ Desarrollo de planes y programas de capacitación y adiestramiento ○ Impartición y evaluación de la capacitación ● Desarrollo del personal en la organización <ul style="list-style-type: none"> ○ Planeación de vida y carrera ○ Administración por objetivos para el desarrollo personal ● Seguridad e higiene en el trabajo <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición e identificación de actos y condiciones inseguras ○ Aspectos legales sobre la seguridad e higiene y protección ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ● Negociación ● Liderazgo ● Motivación ● Comunicación

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
	Administración de Compras e Inventarios	El alumno comprenderá la importancia de la administración de las compras e inventarios desde un enfoque estratégico, así como conocerá y aplicará los conceptos y técnicas fundamentales en la función de compras y abastecimientos en organizaciones públicas y privadas, productoras de bienes o servicios, tanto en el plano nacional como en internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia y estrategia de la función de compras y abastecimiento en la empresa <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto e importancia del sistema de materiales ○ Función de sistema de materiales • El sistema de compras <ul style="list-style-type: none"> ○ Procedimiento de compras ○ Selección, control y relaciones con los proveedores ○ Proceso de compras en el sector público e internacional • Negociación en las compras <ul style="list-style-type: none"> ○ Principios de la negociación ○ Factores que influyen en la negociación ○ Tácticas de negociación en las compras • El sistema de inventarios <ul style="list-style-type: none"> ○ Elementos del control de inventarios ○ Métodos del control de inventarios • Elementos del sistema de distribución física • Casos prácticos en sistemas electrónicos de compras e inventarios (SAE O Software similar) 	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación • Toma de decisiones • Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
	Contabilidad de Costos	Los alumnos conocerán métodos, sistemas y técnicas para el control y evaluación de las operaciones productivas de la empresa; la importancia de los costos en la toma de decisiones y los nuevos métodos de costeo.	<ul style="list-style-type: none"> • La contabilidad general y la contabilidad de costos <ul style="list-style-type: none"> ○ Características y conceptos de la contabilidad de costos ○ Diferencia entre costo y gasto • Registro de empresas industriales <ul style="list-style-type: none"> ○ Traspaso de materia prima a producción ○ Pago de nomina ○ Pago de gastos indirectos • Procedimiento para el control de las operaciones productivas <ul style="list-style-type: none"> ○ Cálculo de costo unitario por órdenes de producción ○ Cálculo de costo unitario por órdenes de procesos • Costos en las empresas de servicios <ul style="list-style-type: none"> ○ Presentación de informes y estados • Técnicas para evaluar las operaciones productivas • Sistema de costeo • Fundamentos del coste directo y del coste absorbente 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento critico • Organización • Comunicación asertiva • Autoeficacia • Control interno
	Derecho Mercantil	Identificar y dominar la regulación jurídico mercantil, nacional e internacional, de los actos, sujetos y relaciones que se desenvuelven en las	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto y origen del derecho mercantil • Fuentes del derecho mercantil • Sociedades mercantiles y otras figuras asociativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de conflictos • Pensamiento critico • Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		actividades de producción o intercambio de bienes y servicios con propósito de lucro.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Generalidades de las sociedades mercantiles ○ Clasificación de las sociedades mercantiles ● Comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencias y aplicaciones de la Firma Electrónica y la Firma Digital ○ Obligaciones de las empresas dedicadas al comercio electrónico ● Bienes de propiedad intelectual <ul style="list-style-type: none"> ○ Marcas ○ Derechos de autor ● Clasificación de los títulos de crédito ● Pago de los títulos de crédito: formas, época, lugar y modalidades ● Contratos mercantiles <ul style="list-style-type: none"> ○ Compraventa mercantil ○ Contrato de seguro ○ Contrato de transporte ○ Apertura de crédito ○ Comisión mercantil ○ Deposito mercantil ○ Fideicomiso ○ Créditos a la producción ○ Arrendamiento financiero 	
IV	Fundamentos de la Mercadotecnia	El alumno comprenderá el enfoque y los conceptos básicos de la teoría de la	<ul style="list-style-type: none"> ● Importancia de la mercadotecnia en las organizaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Comunicación

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		<p>mercadotecnia, que le permitan analizar y diseñar un plan de mercadotecnia organizacional, promoviendo el carácter innovador y creativo al estudiante, atendiendo adecuadamente las necesidades de un mercado meta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica de la mercadotecnia • Identificación y selección de mercados <ul style="list-style-type: none"> ○ Mercado, clasificación y características ○ Análisis del consumidor ○ Diferenciación y posicionamiento ○ La mezcla de la mercadotecnia • Planeación y desarrollo del producto <ul style="list-style-type: none"> ○ Innovación y desarrollo de nuevos productos ○ Ciclo de vida del producto ○ Decisiones de la mezcla de producto ○ Distinción entre bien y servicio • Métodos de fijación de precios • Aspectos financieros del marketing • Canales de distribución y comunicación <ul style="list-style-type: none"> ○ Componentes del canal: mayoristas y detallistas • La mercadotecnia de relaciones <ul style="list-style-type: none"> ○ Modelos de servicio al cliente ○ El CRM y su implementación 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Resolución de conflictos • Trabajo en equipo • Creatividad • Innovación
	<p>Matemáticas Financieras</p>	<p>El alumno conocerá y utilizará los fundamentos de las operaciones financieras relacionadas con el valor del dinero en el tiempo e interpretará los</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de aplicación de interés simple y descuento simple • Leyes de los exponentes y leyes de los logaritmos 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		resultados para tomar decisiones efectivas de inversión y financiamiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Casos de aplicación de interés simple y de aplicación con descuento simple • Casos de aplicación de interés compuesto • Casos de aplicación de anualidades • Casos de aplicación con los tipos de amortización de créditos • Clasificación de la depreciación de activos por los métodos línea recta, por unidades de producción o servicio, por porcentaje fijo, suma de dígitos y por el método del fondo de amortización 	
	Microeconomía	El alumno conocerá y analizará las teorías fundamentales de la Microeconomía, a fin de comprender el comportamiento los consumidores, las empresas y los mercados.	<ul style="list-style-type: none"> • Las teorías y los modelos económicos • Corrientes del pensamiento económico • Funciones básicas de la economía • Demanda, oferta y equilibrio <ul style="list-style-type: none"> ○ Demanda individual y ley de la demanda ○ Oferta del productor individual y oferta de mercado • Elasticidades <ul style="list-style-type: none"> ○ Elasticidad precio de la demanda y el Ingreso total ○ Elasticidad cruzada de la demanda ○ Elasticidad ingreso de la demanda ○ Elasticidad precio de la oferta • Teoría de la elección 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Pensamiento crítico • Resolución de conflictos

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Utilidad total y marginal ○ Curvas de indiferencia ○ Línea de restricción presupuestal • La empresa: producción, costos y utilidades <ul style="list-style-type: none"> ○ Función de producción ○ Costos de producción ○ Utilidades de la empresa • Estructuras de mercado <ul style="list-style-type: none"> ○ Características generales de las estructuras de mercado ○ Competencia perfecta y monopolística ○ Oligopolio y monopolio 	
	Metodología de la Investigación	El alumno será capaz de diseñar un protocolo de tesis aplicando los diseños, métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de investigación científica • Los objetivos de la ciencia, explicación científica y teoría • Definición de investigación científica • Definición y etapas del conocimiento científico • Proceso de investigación científica <ul style="list-style-type: none"> ○ Importancia ○ Tipos y características ○ Definición del alcance de la investigación • Estructura del protocolo de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Pensamiento analítico • Redacción • Resolución de problemas

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del protocolo de investigación 	
	Derecho Laboral	<p>Introducir al estudiante en los aspectos más relevantes del Derecho Laboral, ahondando en sus temas e incursionando de modo práctico en sus instituciones, en el ámbito laboral, individual y colectivo, así como en el marco legal del régimen obligatorio del Seguro Social, destacando los beneficios de su observancia legal e impacto en la formalización de las relaciones laborales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sujetos del derecho individual del trabajo <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto y tipos de trabajadores ○ Obligaciones de los trabajadores ○ Derechos de preferencia, antigüedad y ascenso ○ Tipos de patrones ○ Obligaciones de los patrones • Relaciones individuales de trabajo <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de contratación laboral ○ Duración de las relaciones individuales de trabajo ○ Terminación de las relaciones individuales de trabajo ○ Régimen de indemnizaciones • Formas de fijación y modificación de las condiciones de trabajo • Obligaciones patronales en materia de seguridad social • Derecho de huelga • Mecanismos preventivos para evitar y soluciones de una huelga • El procedimiento ordinario ante las juntas de conciliación y arbitraje • Régimen obligatorio del seguro social • Acciones y recurso de los patronos en lo colectivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis • Resolución de conflictos • Negociación • Mediación • Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
V	Administración de Sueldos y Salarios	Proporcionar al alumno las técnicas relacionadas a la remuneración del trabajador y que, a través de una metodología completa, calcule y determine los impuestos por concepto de sueldos y salarios de los trabajadores de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación del salario • Factores de determinación del salario • Concepto y clasificación de nómina • Cálculo del impuesto sobre el producto del trabajo • Cálculo de la nómina • Cálculo de cuotas de seguridad social • Remuneraciones obligatorias: sueldos y salarios, aguinaldo, vacaciones, prima vacacional, días de descanso y prima dominical • Otras remuneraciones: premios de asistencia y puntualidad, fondo de ahorro y despensas • Cálculo de cuotas de seguridad social • Otras percepciones salariales: finiquito e indemnización • Obligaciones adicionales de los patrones <ul style="list-style-type: none"> ○ Constancias de retención de impuesto a los trabajadores ○ Declaración provisional de impuestos ○ Declaraciones anuales • Registro y cálculo de la nómina en sistemas electrónicos (NOI) 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Negociación • Comunicación
	Finanzas Empresariales I	Introducir al estudiante al conjunto de actividades relacionadas con la	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de finanzas empresariales <ul style="list-style-type: none"> ○ La función financiera en la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de riesgos • Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		obtención y la aplicación de recursos financieros, a los conceptos básicos de riesgo-rendimiento y al uso de herramientas elementales para el diagnóstico y análisis empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Áreas de las finanzas ○ Ética y finanzas ● Administración financiera del capital del trabajo <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepto y componentes del capital del trabajo ○ Ciclo de conversión de efectivo ○ Administración financiera de cuentas por cobrar, del inventario y de las cuentas por pagar ● Definición de fuente de financiamiento ● Políticas de financiamiento de corto plazo ● Análisis e interpretación de estados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> ● Capacidad de análisis
	Macroeconomía	El alumno conocerá y analizará los conceptos y modelos fundamentales de la macroeconomía que les permitan comprender el entorno económico actual y les facilite la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> ● Principales variables macroeconómicas ● Conceptos básicos de la macroeconomía ● Mercado de bienes <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinación de la producción de equilibrio ○ El mercado de bienes y la curva IS ○ La política fiscal y la curva IS ● Los mercados financieros <ul style="list-style-type: none"> ○ El mercado financiero y la curva LM 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Pensamiento crítico ● Pensamiento analítico ● Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ La política monetaria y la curva LM ● El equilibrio en el modelo IS-LM 	
	Taller de Metodología de la Investigación	El alumno podrá desarrollar investigaciones en el área social con base en un protocolo definido, disponiendo de principios, diseños, métodos, técnicas e instrumentos de investigación científica.	<ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentación del tema de investigación <ul style="list-style-type: none"> ○ Marco teórico conceptual ○ Marco teórico contextual ● Diseño metodológico: tipo de estudio, procedimiento y métodos de recolección de datos ● Ejecución: recolección de datos, tabulación y procedimiento de datos ● Análisis e interpretación de información cualitativa o cuantitativa ● Informe final 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento crítico ● Resolución de problemas ● Comunicación ● Redacción
	Derecho Fiscal	Proporcionar al estudiante los conocimientos teórico-prácticos indispensables para comprender el alcance de la potestad tributaria del Estado Mexicano y dominar con habilidad la legislación, así como medios de defensas legal, con el fin de aplicarlos en la prevención y solución de problemas jurídico fiscales relacionados con el ámbito de actuación de la persona	<ul style="list-style-type: none"> ● Derecho financiero, derecho fiscal y derecho tributario ● Concepto de contribución y fundamento constitucional de las contribuciones ● Clasificación legal de las contribuciones: impuestos y aportaciones de seguridad social ● Accesorios de las contribuciones: recargos, sanciones e indemnización ● Elementos de las contribuciones: sujeto, objeto, base y tasa o tarifa ● Principios constitucionales de las contribuciones ● Los impuestos en México 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Interpretación de leyes ● Comunicación asertiva ● Pensamiento crítico ● Resolución de conflictos

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		física y moral (privada y pública).	<ul style="list-style-type: none"> • Los regímenes de actividades empresariales y sus obligaciones <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis de la Ley de Impuestos Sobre la Renta ○ Análisis de la Ley de Impuestos Sobre la Renta ○ Cálculo del impuesto y llenado de declaraciones • Formas de extinción del crédito fiscal • Análisis de las infracciones y respectivas sanciones contempladas en el Código Fiscal de la Federación 	
VI	Desarrollo Sustentable y Empresa	El estudiante obtendrá conocimientos que le permitirán analizar el impacto y la relación de su actividad empresarial con sus empleados, entorno social y el medio ambiente, a fin de diseñar e implementar estrategias con enfoque sustentable.	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto, objetivos e importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) • La filosofía de la RSE <ul style="list-style-type: none"> ○ La ética empresarial ○ Los stakeholders ○ La incorporación de la tecnología en el trabajo y sus implicaciones éticas ○ El modelo de la Administración Basada en la Evidencia (ABE) • Práctica de la RSE • L RSE en las grandes empresas y en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs) • La Empresa Socialmente Responsable (ESR) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Pensamiento analítico • Toma de decisiones • Resolución de conflictos

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones encargadas de promover y evaluar el ejercicio de la Empresa Socialmente Responsable (ESR) 	
	Finanzas Empresariales II	Que el alumno sea capaz de determinar el costo financiero de las alternativas de financiamiento de las estructuras de capital de las entidades económicas, así como de utilizar las técnicas de presupuesto de capital para el análisis de las decisiones de inversión.	<ul style="list-style-type: none"> • Fuentes de financiamiento de largo plazo <ul style="list-style-type: none"> ○ Políticas para financiamiento a largo plazo ○ Financiamiento interno y externo ○ Fuentes de financiamiento gubernamentales • Costo de capital <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinación del costo de las deudas de largo plazo ○ Determinación del costo del capital común y preferente ○ Determinación del costo de las utilidades retenidas • Conceptos básicos del presupuesto de capital • Definición del apalancamiento empresarial • Estructura de capital de la empresa y generalidades de la política de dividendos 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Negociación • Comunicación asertiva
	Investigación de Mercados	El alumno comprenderá la importancia del método científico en el proceso de investigación de mercados.	<ul style="list-style-type: none"> • Definición, proceso y desarrollo de la investigación de mercados 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva • Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		Estará capacitado para planear, ejecutar y presentar un informe sobre la investigación de mercado para la toma de decisiones, en el contexto de la estrategia de mercadotecnia de una empresa y elaborará un estudio de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de la investigación de mercados • El sector de la investigación de mercados • Elección de un proveedor de la investigación • Planeación de la investigación de mercados <ul style="list-style-type: none"> ○ Preguntas de investigación ○ Selección del mercado meta ○ Cronograma de investigación • Ejecución de la investigación de mercados <ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicas y herramientas cuantitativas y cualitativas ○ Diseño de instrumentos • Análisis de la información • Elaboración del informe 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas
	Economía Internacional	Los alumnos conocerán y analizarán los principales conceptos y procesos tanto económicos como financieros de un mundo globalizado que les permitan comprender la situación económica actual y les facilite la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> • Globalización y economía • Sistema Monetario Internacional • Organismos financieros internacionales • Contabilidad nacional de una economía abierta y cerrada • Estructura de la balanza de pagos • Tipos de cambio y transacciones internacionales • Mercado de divisas • Políticas gubernamentales de los tipos de cambio 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento analítico • Toma de decisiones • Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Estructura y crecimiento del mercado global de capitales • Aversión al riesgo y diversificación de la cartera de valores • Características estructurales de las economías emergentes 	
	Sistema de Información Gerencial	El alumno conocerá los sistemas de información gerencial, y aprenderá a utilizar las herramientas informáticas para el desarrollo de bases de datos y la creación de proyectos de tecnologías de la información.	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución de los sistemas de información integrales <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistema MCP Manufacturing planning and control ○ Sistema MRP Material requirement planning ○ Sistema MES Manufacturing execution system ○ Sistema CRM Customer relationship management • Gestión de un proyecto de Tecnologías de la Información (TI) • Sistema de gestión de base de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones de problemas • Comunicación asertiva • Pensamiento crítico • Adaptabilidad • Trabajo en equipo
VII	Investigación de Operaciones	El alumno tendrá los conocimientos básicos para el diseño de modelos matemáticos de programación lineal aplicados en la solución de problemas relacionados con el ámbito de los negocios, a fin de minimizar costos y maximizar utilidades,	<ul style="list-style-type: none"> • Los modelos matemáticos como eje central de la Investigación de Operaciones • Modelos de programación lineal: Método Gráfico • Modelos de programación lineal: Método Simplex <ul style="list-style-type: none"> ○ El algebra (procedimiento) del Método Simplex 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico • Pensamiento analítico • Toma de decisiones • Gestión del riesgo • Trabajo en equipo • Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		reducción de costos de transporte y administración de proyectos en cuanto a tiempo y costo, generando así información básica para la toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> ○ El análisis de sensibilidad y sus aplicaciones ● Modelos de transporte y asignación ● Modelos de optimización de redes: Administración de Proyectos <ul style="list-style-type: none"> ○ Método PERT (Técnicas de Revisión y Evaluación de Proyectos) y CPM (Método de la Ruta Crítica) 	
	Planeación estratégica	Proporcionar al alumno los conocimientos necesarios para que comprenda el concepto de planeación estratégica y desarrolle un plan estratégico en una organización.	<ul style="list-style-type: none"> ● Antecedentes y tipología de la planeación ● Origen y aplicación a los negocios el concepto de estrategia ● El pensamiento estratégico empresarial ● La mente de estrategia <ul style="list-style-type: none"> ○ Liderazgo estratégico ○ Habilidades de los líderes estratégicos ● Técnicas para facilitar la planeación estratégica ● El proceso de la planeación estratégica <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinación de la visión, misión, filosofía y valores de la organización ○ Determinación de objetivos y metas ● Definición e importancia de la estrategia ● Criterios para una estrategia eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento crítico ● Pensamiento analítico ● Toma de decisiones ● Liderazgo ● Creatividad ● Innovación ● Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Principales elementos del Balanced Scorecard (BSC) • El modelo BSC y su relación con la planeación estratégica 	
	Administración Estratégica de Ventas	El alumno conocerá los principales conceptos y elementos de la administración estratégica de ventas, para que sea capaz de planear, organizar, dirigir y controlar la función de ventas de una organización.	<ul style="list-style-type: none"> • La gerencia de ventas y sus responsabilidades básicas • Integración de la gerencia de ventas y mercadotecnia • Importancia de la venta personal y la administración de ventas • La planificación de las ventas <ul style="list-style-type: none"> ○ Estimación del potencial y pronóstico de ventas ○ Estrategias y presupuestos de ventas • La integración de la fuerza de ventas <ul style="list-style-type: none"> ○ Reclutamiento de vendedores ○ Desarrollo y puesta en marcha de la formación en ventas • Dirección de las operaciones de ventas • Técnicas de venta • Motivación del equipo de ventas • Control y evaluación de las ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Negociación • Liderazgo
	Sistema Financiero	Que el alumno conozca la composición y el funcionamiento del sistema financiero tanto nacional como internacional con la	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos, importancia, estructura y marco legal del Sistema financiero mexicano • Definición y objetivos del Sistema monetario internacional • Globalización de mercados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas • Gestión del riesgo • Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		finalidad de tomar las decisiones más acertadas para las entidades económicas en términos de la elección de alternativas de inversión, financiamiento y uso de servicios financieros especializados.	<ul style="list-style-type: none"> • Organismos financieros mundiales y regionales • Mercado de valores <ul style="list-style-type: none"> ○ Clasificación ○ Características de los instrumentos negociados ○ Características de los instrumentos negociados • Definición y objetivos del mercado de derivados <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de los instrumentos derivados 	
	Economía del Sector Público Mexicano	Los alumnos conocerán y analizarán las principales funciones del Estado en la economía mexicana para comprender los instrumentos de intervención en el sector público.	<ul style="list-style-type: none"> • Características, institucionalidad, estructura orgánica y funciones del sector público mexicano • Sistema tributario en México <ul style="list-style-type: none"> ○ Recaudación de impuestos recaudación de ingresos no tributarios ○ Políticas de gasto publico ○ Programas de gasto publico • Deuda pública y financiamiento <ul style="list-style-type: none"> ○ Evolución y tendencia del déficit público mexicano • Análisis de la evolución del sector público mexicano • Modelos económicos: primario exportador, sustitución de importaciones, desarrollo estabilizador, 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento critico • Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<p>desarrollo compartido, crecimiento económico y neoliberal</p> <ul style="list-style-type: none"> Reformas estructurales: financiera, telecomunicaciones, educativa, energética y salud 	
VIII	Desarrollo Organizacional	<p>El alumno comprenderá la importancia del cambio organizacional y adquirirá los conocimientos necesarios para hacer un diagnóstico organizacional, detectar áreas de oportunidad y aplicar las teorías y técnicas de intervención del Desarrollo Organizacional (DO) dentro de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Definición, características, objetivos y valores del Desarrollo Organizacional en el extranjero Campo de acción del Desarrollo Organizacional Evolución del Desarrollo Organizacional en México Cambio y Desarrollo Organizacional <ul style="list-style-type: none"> Concepto de cambio Tipos y proceso de cambio El Desarrollo Organizacional desde el enfoque sistémico Concepto y caracterización de la Teoría de Sistemas Relación del Desarrollo Organizacional con la Teoría de Sistemas Proceso de consultoría <ul style="list-style-type: none"> Definición y tipos de consultoría Funciones y habilidades de un consultor Modelos para llevar a cabo el diagnóstico organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión del cambio Liderazgo Trabajo en equipo Comunicación asertiva Toma de decisiones Pensamiento crítico Pensamiento analítico Innovación Negociación Motivación Resiliencia

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Elección de técnicas de intervención acorde a las áreas de oportunidades detectadas • Implementación y evaluación de las intervenciones 	
	Dirección Comercial	Analizar los conceptos, técnicas, herramientas y habilidades profesionales relacionadas con el proceso de toma de decisiones en la función de dirección comercial y sus implicaciones, así como diseñar y aplicar adecuadas estrategias, acciones y decisiones, estudiando sus implicaciones operativas.	<ul style="list-style-type: none"> • La función de la dirección comercial y su estructura en la empresa • Perfil, funciones y retos del director comercial • Ejecución de la mercadotecnia, evaluación y control • Características y calidad del producto (dimensiones, clasificación y diferenciación) • Análisis del ciclo de vida del producto • Lanzamiento y comercialización • Planes de atención y servicio al cliente • Gestión de relaciones con los clientes (CRM) • Naturaleza e importancia del precio • Factores que influyen en la fijación del precio • Diseño y gestión de los canales de distribución • Evolución del concepto E-Commerce <ul style="list-style-type: none"> ○ Aspectos importantes de las tiendas online 	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación • Liderazgo • Toma de decisiones • Innovación • Comunicación asertiva
	Emprendedurismo	El alumno obtendrá los conocimientos respecto al	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto y tipos de emprendimiento • Definición y perfil del emprendedor 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		emprendimiento, su importancia, los modelos de emprendimiento existentes y será capaz de realizar un inventario de habilidades personales que le permitirán desarrollar un proyecto de emprendimiento en la materia de Emprendimiento de Negocios.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de emprendedores ○ Habilidades de emprendimiento ● Concepto del ecosistema emprendedor ● La empresa y el sistema de clasificación industrial de América del Norte (SCIAN) <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura del SCIAN ● Modelos de negocios <ul style="list-style-type: none"> ○ Crowdsourcing ○ De dos o varios lados ○ Freemium ○ Modelo de suscripción 	<ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de conflictos ● Creatividad ● Innovación ● Gestión del riesgo ● Liderazgo ● Trabajo en equipo ● Resiliencia ● Comunicación asertiva ● Negociación ● Networking
	Presupuestos	El estudiante será capaz de comprender las bases teóricas y metodológicas para implementar de manera eficaz el proceso presupuestal como herramienta de planeación y control de una organización.	<ul style="list-style-type: none"> ● Definición, objetivo, antecedentes e importancia del presupuesto empresarial ● Clasificaciones del presupuesto empresarial ● Presupuesto maestro <ul style="list-style-type: none"> ○ Presupuesto de ventas <ul style="list-style-type: none"> ● Importancia ● Métodos para elaborar pronósticos de ventas ○ Presupuesto de gastos ● Presupuestos financieros <ul style="list-style-type: none"> ○ Presupuesto de flujo de efectivo ○ Presupuesto de inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Negociación ● Trabajo en equipo ● Comunicación asertiva ● Pensamiento analítico ● Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> Definición, objetivo e importancia del análisis y control presupuestal 	
	Desarrollo Regional	El estudiante conocerá el proceso de desarrollo económico de su región con la finalidad de identificar sus vocaciones productivas y empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> Concepto de desarrollo regional Las regiones económicas de México Los estudios regionales en México Relevancia en el desarrollo local y nacional Historia regional <ul style="list-style-type: none"> Las regiones de Oaxaca Los sectores económicos de Oaxaca El desarrollo regional sostenible Las vocaciones productivas de una región Del emprendimiento al desarrollo regional y local 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación Trabajo en equipo
IX	Cultura Empresarial	El alumno analizará los enfoques y las tendencias de la administración para comprender el dinamismo del ámbito empresarial y la necesidad de dirigir organizaciones innovadoras, competitivas y capaces de enfrentar los desafíos actuales.	<ul style="list-style-type: none"> Enfoques y tendencias de la administración <ul style="list-style-type: none"> Reingeniería Empowerment Benchmarking Análisis de tendencias empresariales Alternativas empresariales <ul style="list-style-type: none"> Empresas familiares Franquicias Incubación de empresas Clúster empresarial Alianzas y redes empresariales 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación asertiva Trabajo en equipo Toma de decisiones

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ E-commerce • Fuentes tradicionales de la creatividad • Técnicas y herramientas de la creatividad • El nuevo empresario <ul style="list-style-type: none"> ○ Competencias genéricas, específicas e interpersonales ○ El papel del empresario en la construcción de nuevos paradigmas organizacionales • Competitividad empresarial <ul style="list-style-type: none"> ○ Modelos mexicanos de competitividad ○ Modelos internacionales de competitividad 	
	Gestión de la Calidad	Licenciatura en Administración o posgrado en área afín. Experiencia deseable en puestos relacionados con la Administración, temas relativos a la creatividad e innovación, así como la implementación de nuevos enfoques administrativos ⁴ .	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución histórica y cultura de Calidad • Principales teorías, filosofías y modelos de calidad • Concepto y clasificación de los manuales administrativos y su implicación en la calidad • Herramientas de la calidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas cualitativas ○ Herramientas cuantitativas ○ Herramientas para el control y la mejora de la calidad ○ Histograma ○ Diagrama de Pareto 	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas • Trabajo en equipo • Comunicación asertiva • Pensamiento crítico

⁴ Equivocación en el programa de estudios de la materia, descripción del perfil profesional del docente en lugar del objetivo general de la asignatura

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Check list ○ Estratificación ○ Poke Yoke y Six Sigma ● Conceptos de calidad en el servicio, gestión de calidad y satisfacción del cliente 	
	Emprendimiento de Negocios	El alumno desarrollara un proyecto de emprendimiento a partir de los conocimientos adquiridos en la materia de Emprendedurismo y de los resultados de su inventario de habilidades personales finalizando con la aplicación del modelo de negocios CANVAS.	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo de la creatividad y generación de ideas de negocios ● Identificación de áreas de oportunidad ● Identificación de fuentes de financiamiento factibles para la implementación de la idea de negocio elegida ● Elección de la idea de negocio compatible con el emprendedor ● Desarrollo del prototipo del producto de acuerdo con la idea de negocio elegida ● El proceso de creación de una empresa de acuerdo con la idea de negocio elegida <p>Establecer controles de seguimiento y verificación de cumplimiento de objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definición de un modelo de negocios CANVAS de acuerdo con la idea de negocio desarrollada 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Liderazgo ● Innovación ● Creatividad ● Networking ● Gestión del riesgo ● Comunicación asertiva ● Negociación ● Resolución de conflictos
	Finanzas Corporativas	El estudiante será capaz de conocer el campo de aplicación de la ingeniería financiera y sus	<ul style="list-style-type: none"> ● Definición y tipos de reestructuración empresarial ● Alternativas de reestructuración financiera 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toma de decisiones ● Gestión del riesgo ● Comunicación asertiva

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		herramientas, la realización del proceso de valuación de la empresa y la administración de riesgos financieros y la ejecución de estrategias empresariales de crecimiento y desinversión financiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias financieras de crecimiento y desinversión <ul style="list-style-type: none"> ○ Fusiones y adquisiciones ○ Alianzas estratégicas ○ Coinversiones (Joint Ventures) • Valuación de negocios <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencia entre valor y precio ○ Motivos para valorar un negocio ○ Información necesaria para la valuación de un negocio ○ Métodos de valuación de negocios • Mercado de derivados financieros y gestión del riesgo • Cobertura de riesgos con forwards y futuros, con swaps y con opciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento crítico
	Comercio Exterior	El alumno conocerá los principales aspectos teórico-prácticos en materia de comercio exterior que le permitan incursionar y desarrollarse exitosamente en los mercados internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución del comercio internacional • Teorías del comercio internacional • Tratados comerciales • Marco regulatorio mexicano del comercio exterior <ul style="list-style-type: none"> ○ Legislación de comercio exterior ○ Legislación fiscal mexicana • Políticas de comercio internacional <ul style="list-style-type: none"> ○ Restricciones comerciales: aranceles ○ Barreras arancelarias al comercio 	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación • Comunicación asertiva • Trabajo en equipo • Liderazgo

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> ○ Barreras no arancelarias al comercio ● Aspectos de un plan de comercio exterior <ul style="list-style-type: none"> ○ Procesos y requisitos formales de exportación e importación ○ Análisis de mercados internacionales 	
X	Dirección y Liderazgo	<p>El alumno conocerá las principales teorías de liderazgo; además será capaz de emplear estrategias y comportamientos directivos y de liderazgo para llevar a cabo la transformación organizacional en forma eficaz en el ejercicio de su profesión cuando tenga que dirigir una empresa para la cual colabore, o dirija su propia empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirección empresarial <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición y naturaleza de la dirección ● Habilidades requeridas para una dirección efectiva <ul style="list-style-type: none"> ○ Habilidades intrapersonales ○ Habilidades interpersonales ○ Habilidades de gestión ● Liderazgo ejecutivo/directivo <ul style="list-style-type: none"> ○ Descripción de liderazgo ○ Diferencia entre dirección (jefe) y liderazgo (líder) ● Aproximación a los enfoques: modelos y teorías de liderazgo <ul style="list-style-type: none"> ○ Enfoques clásicos ○ Enfoques modernos ○ Enfoques contemporáneos ● Diagnóstico y plan de desarrollo de habilidades directivas y de liderazgo <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis y evaluación para determinar el estilo natural de liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Comunicación asertiva ● Trabajo en equipo ● Toma de decisiones ● Resolución de conflictos ● Pensamiento crítico ● Motivación ● Innovación ● Creatividad

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
	Estrategia Publicitaria y Promocional	El alumno comprenderá la importancia de la publicidad y la promoción como herramientas para informar al consumidor acerca de las características y beneficios del producto. Identificará los conceptos y procedimientos para realizar una campaña que explote los atributos del bien con la finalidad de crear imagen, aumentar la participación de mercado, acelerar el desplazamiento de un producto e incrementar volúmenes de venta.	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de comunicación publicitaria <ul style="list-style-type: none"> ○ Historia de la publicidad y la promoción ○ Clasificación de los tipos de publicidad ○ La mezcla promocional ○ El proceso de comunicación ○ Formación de opinión pública y manipulación masiva • El proceso creativo de la publicidad • La espiral publicitaria • Campaña publicitaria • Normatividad publicitaria y promocional • Planeación de medios publicitarios y promocionales <ul style="list-style-type: none"> ○ Diseño de las estrategias de medios • Análisis de medios ATL, BTL, TTL y análisis de la promoción de ventas • Evaluación de los medios de difusión, medios impresos y de la promoción de ventas 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Comunicación asertiva • Innovación • Trabajo en equipo • Toma de decisiones
	Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión	El alumno tendrá los conocimientos teóricos y prácticos que le permitan el desarrollar formalmente una idea de negocios y evaluar su viabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Definición, importancia, clasificación y ciclo de vida de los proyectos de inversión • Metodologías para la formulación y evaluación del proyecto • Estudio de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Trabajo en equipo • Innovación • Creatividad

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
		<p>mercadológica, técnica, administrativa, financiera y económica con la finalidad de tomar la decisión de establecer una empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio técnico-organizacional-legal <ul style="list-style-type: none"> ○ Presupuesto de gastos legales ○ Obligaciones de carácter legal, fiscal, laboral y ecológico para la apertura de negocios en gobiernos locales • Estudio económico <ul style="list-style-type: none"> ○ Determinación de los costos ○ Cronograma de inversiones ○ Depreciaciones y amortizaciones ○ Capital de trabajo • Evaluación financiera <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis de riesgo del proyecto ○ Toma de decisiones de la evaluación financiera 	
	Toma de Decisiones Financieras	<p>Los estudiantes serán capaces de tomar decisiones relacionadas con el manejo de activos de corto plazo, la realización de inversiones, el uso de financiamiento en los mercados de valores y la protección del riesgo en los mercados internacionales; persiguiendo en todo momento la maximización del valor de las entidades económicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Factores que influyen en la toma de decisiones • Proceso de toma de decisiones • Tipos de decisiones • Elementos básicos para la toma de decisiones financieras • Decisiones para la creación de valor de la empresa <ul style="list-style-type: none"> ○ Indicadores para la predicción de quiebras • Definición, funciones y segmentos del mercado de divisas • Fuentes de capital y deuda a nivel global 	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones • Gestión de riesgo • Comunicación asertiva • Pensamiento crítico

Semestre	Materias	Objetivo de la asignatura	Conocimientos	Habilidades
			<ul style="list-style-type: none"> • Decisiones de inversión en los mercados financieros • Medidas estadísticas con relación al riesgo y rendimiento 	
	Mercadotecnia Digital	Proporcionar al estudiante las herramientas digitales necesarias para crear una estrategia de mercadotecnia que le permita posicionar a la organización en la mente del consumidor, mediante el uso de entornos web, que permitan su difusión en dispositivos digitales, y abarcar mercados meta y potencial, al menor costo posible.	<ul style="list-style-type: none"> • La mercadotecnia en la era digital • Mercadotecnia combinada (Blended Marketing) • Segmentación del mercado meta en la web • Creación de sitios en línea <ul style="list-style-type: none"> ○ Sitio Web ○ Blogs • Mercadotecnia de medios sociales y comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> ○ Principales redes sociales ○ E-mailing • Medición y análisis en mercadotecnia digital <ul style="list-style-type: none"> ○ Mercadotecnia en buscadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Pensamiento crítico • Adaptabilidad • Trabajo en equipo • Innovación

Fuente: Elaboración propia con información de UTM (s.f.c).

ANEXO 2

ENCUESTA SOBRE EMPRENDIMIENTO PARA LAS ALUMNAS DEL DÉCIMO SEMESTRE DE LA LCE DE UTM



Universidad Tecnológica de la Mixteca

Encuesta sobre Emprendimiento para los alumnos de Ciencias Empresariales

Fecha: _____ / _____ / _____

Grupo: _____

I. Datos de identificación

1. Nombre: _____
 2. Edad _____
 3. Sexo: Masculino Femenino
 4. Lugar de residencia _____
 5. ¿Trabajas actualmente? Sí No ¿Desde cuándo? _____
Describe en que consiste tu trabajo.
-

II. Habilidades de Emprendimiento

6. Por favor realiza tu autoevaluación de las siguientes habilidades en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2=Poco, 3=Suficiente, 4=Mucho)

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Suficiente</i>	<i>Mucho</i>
Creatividad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Tomar riesgos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Innovación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Negociación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Trabajo en equipo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Resolución de conflictos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Autoconfianza	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Comunicar ideas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Liderazgo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Control interno	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Persistencia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Networking	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Autoeficacia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Intención emprendedora	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Orientación al cambio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Resiliencia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

Búsqueda de oportunidades	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Iniciativa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Tomar decisiones	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Motivación al logro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

III. Conocimientos sobre emprendimiento

7. Por favor califica en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2= Poco, 3= Suficiente, 4=Mucho) tu grado de conocimiento en cada uno de los siguientes enunciados:

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Suficiente</i>	<i>Mucho</i>
Apertura de nuevos mercados	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Análisis y diseño de estrategias	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Elaboración de estados financieros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Definición de metas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Estandarización de procesos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Mejoramiento del nivel profesional de los colaboradores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Planeación estratégica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Proyección comercial de una empresa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Organización de pagos de pasivos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Organización y dirección de equipos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Optimización de procesos productivos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Elaboración de presupuestos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Administración de recursos humanos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Análisis de datos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Marketing digital	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Desarrollo sostenible	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Toma de decisiones financieras	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

IV. Experiencias, intereses y actitudes hacia el emprendimiento

8. ¿Alguno de tus padres es emprendedor? Sí No No lo sé
9. ¿Alguien de tu familia es emprendedor (sin incluir a tus padres)? Sí No No lo sé
10. ¿Cuántos cursos has llevado sobre emprendimiento? Ninguno 1 2 3 o más
11. Si llevaste algún curso sobre emprendimiento además de las asignaturas de la carrera menciona el nombre y el lugar donde lo tomaste
-
12. La universidad te ha invitado a formar parte de un grupo de emprendedores Sí No
13. Si te han invitado a formar parte de un grupo de emprendedores menciona el nombre
-

14. Por favor contesta sí o no a los siguientes enunciados

Selecciona todas las opciones que correspondan.

He tomado cursos de emprendimiento dentro de mi carrera universitaria	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He trabajado para un emprendedor o un startup	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He realizado estudios de mercado para un nuevo producto o tecnología	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He desarrollado un producto o una tecnología para un cliente real	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He realizado un "elevator pitch" o una presentación a un panel de jueces sobre una idea de negocio	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He participado en actividades de emprendimiento o empresariales en organizaciones estudiantiles	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He escrito un plan de negocios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He participado en competencias relacionadas al emprendimiento	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
He participado en talleres de emprendimiento extracurriculares	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

15. Valora cada uno de estos enunciados en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2=Poco, 3=Suficiente, 4=Mucho) dependiendo de si crees que los estudiantes aprenden en tu carrera lo siguiente:

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>N</i>	<i>P</i>	<i>S</i>	<i>M</i>
Los estudiantes aprenden sobre habilidades de emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Se anima a los estudiantes a desarrollar habilidades emprendedoras	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Se anima a los estudiantes a tomar cursos de emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Se requiere participar en actividades relacionadas con el emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Se motiva a los estudiantes a considerar comenzar nuevos negocios	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Se presenta el emprendimiento como una opción de carrera que vale la pena desarrollar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Hay oportunidades para interactuar con emprendedores	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
La enseñanza del emprendimiento es con perspectiva de género	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

16. Considera tus opciones después de graduarte y califica cada uno de estos enunciados en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2=Poco, 3=Suficiente, 4=Mucho) según tu grado de acuerdo o desacuerdo con el siguiente enunciado: Yo planeo cuando me gradúe...

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Suficiente</i>	<i>Mucho</i>
Iniciar mi propio negocio y ser auto-empleado	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Trabajar para una pequeña empresa o start-up	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Trabajar para una empresa mediana o grande	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Trabajar en el gobierno	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Trabajar en una organización sin fines de lucro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Continuar estudiando un posgrado u otra carrera	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

17. Por favor califica en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2=Poco, 3=Suficiente, 4=Mucho) según tu grado de acuerdo o desacuerdo con cada uno de estos enunciados:

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>N</i>	<i>P</i>	<i>S</i>	<i>M</i>
Tengo un interés general en el tema del emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Quiero ser un emprendedor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Tengo una idea para un producto de negocio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Me gustaría saber si tengo lo necesario para ser un emprendedor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Estoy interesado en tomar clases de emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
La educación para el emprendimiento puede ampliar mis perspectivas y opciones de carrera	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Me gustaría aprender más sobre emprendimiento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

18. Por favor marca la respuesta que mejor se adapta a tu situación actual

<i>Marca solo un valor por fila</i>	<i>N</i>	<i>P</i>	<i>S</i>	<i>M</i>
Tuve mi propio negocio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Actualmente tengo mi propio negocio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Me gustaría empezar un negocio el próximo año	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Me gustaría empezar un negocio en los próximos 5 años	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Me gustaría empezar un negocio en los próximos 10 años	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
No tengo planes de comenzar un negocio en este momento	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

19. Si estás interesado en ser un emprendedor, ¿qué tipo de negocio estás interesado en comenzar?
Por favor describe el producto o servicio y la industria o mercado

20. Por favor califica en una escala de 1 a 4 (1= Nada, 2=Poco, 3=Suficiente, 4=Mucho) según tu grado de acuerdo o desacuerdo con lo siguiente: Me gustaría comenzar un negocio para...

<i>Marca solo un valor por fila.</i>	<i>Nada</i>	<i>Poco</i>	<i>Suficiente</i>	<i>Mucho</i>
Enfocarme en una tecnología que me interesa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Satisfacer una necesidad de mercado	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Resolver un problema social	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Crear algo propio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Tener más flexibilidad e independencia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Tener más tiempo libre	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ganar más dinero	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Estar a la cabeza de una organización	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Manejar personas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Crear empleos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Seguir una tradición familiar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
Ganar estatus	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

21. Si hay otra razón aparte de las mencionadas en la pregunta anterior por favor menciónala

22. ¿Cuándo iniciaste la carrera considerabas emprender? Sí No
23. ¿Ahora consideras emprender? Sí No
24. ¿Consideras que tu opinión sobre emprendimiento es la misma que cuando iniciaste la carrera?
 Sí No
25. ¿Por qué?

ANEXO 3

ENTREVISTA A LA JEFA DE CARRERA SOBRE LOS PLANES DE ESTUDIO DE LA LCE DE LA UTM

1. ¿En qué año se fundó la carrera?
2. ¿En qué año se implementó el primer plan de estudios?
3. ¿Cuántas materias conformaban el primer plan de estudios?
4. ¿Cuál fue la base o los criterios para elegir las materias que se incluirían en el primer plan de estudios?
5. ¿En qué áreas de conocimiento se hizo hincapié al diseñar el primer plan de estudios?
6. ¿Por qué se consideró necesaria una reestructuración del plan de estudios?
7. ¿Cuándo se implementó el nuevo plan de estudios?
8. ¿Cómo fue que se decidió quitar o agregar materias a dicho plan de estudios?
9. ¿Por qué se decidió incluir las materias de Emprendedurismo y Emprendimiento de Negocios al nuevo plan de estudios?
10. ¿Qué actividades extracurriculares se implementan (como talleres, cursos, ponencias) dentro de la formación de la LCE? ¿En qué temas se realizan estas actividades? ¿En alguna ocasión el tema ha sido emprendimiento?
11. ¿Qué objetivo se persigue al realizar dichas actividades extracurriculares?

ANEXO 4

ANÁLISIS DE LAS MATERIAS QUE CURSAN LAS ESTUDIANTES DE LA LCE DE LA UTM POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

Área de conocimiento	Total de materias por área	Materias relacionadas con cada área de conocimiento
Administración	5	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias Administrativas • Administración de Recursos Humanos • Administración de Compras e Inventarios • Administración de Sueldos y Salarios • Gestión de la Calidad
Mercadotecnia	5	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Mercadotecnia • Investigación de Mercados • Administración Estratégica de Ventas • Dirección Comercial • Estrategia Publicitaria y Promocional
Emprendimiento	8	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Sustentable y Empresa • Planeación Estratégica • Desarrollo Organizacional • Emprendedurismo • Cultura Empresarial • Emprendimiento de Negocios • Dirección y Liderazgo • Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión
Contabilidad	3	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad Financiera • Contabilidad de Costos • Presupuestos
Economía	5	<ul style="list-style-type: none"> • Microeconomía • Macroeconomía • Economía Internacional • Economía del Sector Público Mexicano • Comercio Exterior

Área de conocimiento	Total de materias por área	Materias relacionadas con cada área de conocimiento
Finanzas	5	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas Financieras • Finanzas Empresariales • Sistema Financiero • Finanzas Corporativos • Toma de Decisiones Financieras
Matemáticas Aplicadas	4	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas para Ciencias Empresariales • Probabilidad y Estadística Descriptiva • Estadística Inferencial • Investigación de Operaciones
Tecnologías de la Información y Comunicación	3	<ul style="list-style-type: none"> • Informática Empresarial • Sistemas de Información Gerencial • Mercadotecnia Digital
Filosofía	4	<ul style="list-style-type: none"> • Historia del Pensamiento Filosófico • Teoría General de Sistemas • Metodología de la Investigación • Desarrollo Regional
Derecho	3	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Mercantil • Derecho Laboral • Derecho Fiscal

Fuente: Elaboración propia con información de UTM (s.f.c).

ANEXO 5

ANÁLISIS DE LAS HABILIDADES QUE DESARROLLAN LAS ESTUDIANTES DE LA LCE DE LA UTM POR MATERIA

Habilidad	Frecuencia	Materias
Pensamiento crítico	26	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas para Ciencias Empresariales • Introducción a las Ciencias Administrativas • Introducción a la Contabilidad • Historia del Pensamiento Filosófico • Probabilidad y Estadística Descriptiva • Contabilidad Financiera • Estadística inferencial • Contabilidad de costos • Derecho Mercantil • Macroeconomía • Taller de Metodología de la Investigación • Derecho Fiscal • Desarrollo Sustentable y Empresa • Investigación de Mercados • Economía Internacional • Sistema de Información Gerencial • Investigación de Operaciones • Planeación Estratégica • Economía del Sector Público Mexicano • Desarrollo Organizacional • Emprendedurismo • Gestión de la Calidad • Finanzas Corporativas • Dirección y Liderazgo • Toma de Decisiones Financieras • Mercadotecnia Digital
Análisis de datos	2	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas para Ciencias Empresariales • Estadística Inferencial
Pensamiento lógico	2	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas para Ciencias Empresariales • Introducción al Derecho
Resolución de conflictos	3	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedurismo • Emprendimiento de Negocios • Dirección y Liderazgo

Habilidad	Frecuencia	Materias
Toma de decisiones	37	<ul style="list-style-type: none"> • Matemáticas para Ciencias Empresariales • Introducción a las Ciencias Administrativas • Probabilidad y Estadística Descriptiva • Derecho Mercantil • Fundamentos de la Mercadotecnia • Microeconomía • Finanzas Empresariales I • Finanzas Empresariales II • Economía Internacional • Sistema de Información Gerencial • Informática empresarial • Contabilidad Financiera • Teoría General de Sistemas • Estadística Inferencial • Administración de Compras e Inventarios • Matemáticas Financieras • Derecho Laboral • Administración de Sueldos y Salarios • Macroeconomía • Derecho Fiscal • Desarrollo Sustentable y Empresa • Economía Internacional • Investigación de Operaciones • Planeación estratégica • Administración Estratégica de Ventas • Sistema Financiero • Economía del Sector Público Mexicano • Desarrollo Organizacional • Emprendedurismo • Presupuestos • Cultura Empresarial • Gestión de la Calidad • Emprendimiento de Negocios • Finanzas Corporativas • Dirección y Liderazgo • Estrategia Publicitaria y Promocional • Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión

Habilidad	Frecuencia	Materias
Trabajo en equipo	19	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a las Ciencias Administrativas • Administración de Recursos Humanos I • Teoría General de Sistemas • Administración de Recursos Humanos II • Fundamentos de la Mercadotecnia • Sistema de Información Gerencial • Investigación de Operaciones • Desarrollo Organizacional • Dirección Comercial • Emprendedurismo • Presupuestos • Desarrollo Regional • Cultura Empresarial • Gestión de la Calidad • Comercio Exterior • Dirección y Liderazgo • Estrategia Publicitaria y Promocional • Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión • Mercadotecnia Digital

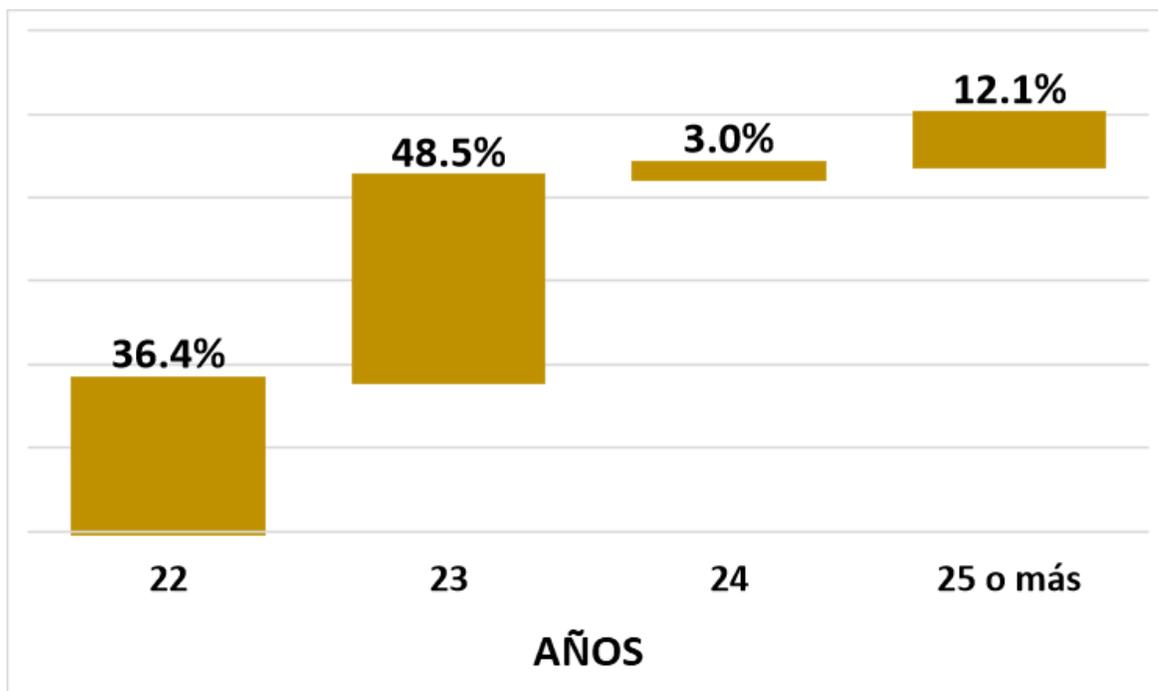
Habilidad	Frecuencia	Materias
Comunicación asertiva	27	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a las Ciencias Administrativas • Introducción a la Contabilidad • Historia del Pensamiento Filosófico • Administración de Recursos Humanos II • Administración de Compras e Inventarios • Contabilidad de Costos • Fundamentos de la Mercadotecnia • Administración de Sueldos y Salarios • Macroeconomía • Taller de Metodología de la Investigación • Derecho Fiscal • Finanzas Empresariales II • Investigación de Mercados • Sistema de Información Gerencial • Investigación de Operaciones • Planeación estratégica • Desarrollo Organizacional • Dirección Comercial • Emprendedurismo • Presupuestos • Cultura Empresarial • Emprendimiento de Negocios • Finanzas Corporativas • Comercio Exterior • Dirección y Liderazgo • Estrategia Publicitaria y Promocional • Toma de Decisiones Financieras
Organización	3	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Contabilidad • Contabilidad Financiera • Contabilidad de Costos
Autoeficacia	2	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Contabilidad • Contabilidad de Costos
Control interno	2	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Contabilidad • Contabilidad de Costos

Habilidad	Frecuencia	Materias
Creatividad	9	<ul style="list-style-type: none"> • Informática empresarial • Teoría General de Sistemas • Fundamentos de la Mercadotecnia • Planeación estratégica • Emprendimiento de Negocios • Dirección y Liderazgo • Estrategia Publicitaria y Promocional • Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión • Mercadotecnia Digital
Orientación al cambio	2	<ul style="list-style-type: none"> • Informática empresarial • Desarrollo Organizacional
Negociación	14	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a las Ciencias Administrativas • Administración de Recursos Humanos I • Administración de Recursos Humanos II • Administración de Compras e Inventarios • Derecho Laboral • Administración de Sueldos y Salarios • Finanzas Empresariales II • Administración Estratégica de Ventas • Desarrollo Organizacional • Dirección Comercial • Emprendedurismo • Presupuestos • Emprendimiento de Negocios • Comercio Exterior
Liderazgo	8	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de Recursos Humanos I • Administración de Recursos Humanos II • Planeación estratégica • Administración Estratégica de Ventas • Desarrollo Organizacional • Dirección Comercial • Emprendimiento de Negocios • Comercio Exterior
Motivación	4	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de Recursos Humanos I • Administración de Recursos Humanos II • Desarrollo Organizacional • Dirección y Liderazgo
Pensamiento sistémico	1	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría General de Sistemas

Habilidad	Frecuencia	Materias
Innovación	10	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Mercadotecnia • Planeación estratégica • Desarrollo Organizacional • Dirección Comercial • Emprendedurismo • Emprendimiento de Negocios • Dirección y Liderazgo • Estrategia Publicitaria y Promocional • Desarrollo y Evaluación de Proyectos de Inversión • Mercadotecnia Digital
Pensamiento analítico	9	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología de la Investigación • Macroeconomía • Desarrollo Sustentable y Empresa • Economía Internacional • Investigación de Operaciones • Planeación estratégica • Desarrollo Organizacional • Emprendedurismo • Cultura Empresarial
Redacción	2	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología de la Investigación • Taller de Metodología de la Investigación
Capacidad de análisis	2	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Laboral • Finanzas Empresariales I
Mediación	1	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Laboral
Evaluación de riesgos	2	<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas Empresariales I • Toma de Decisiones Financieras
Interpretación de leyes	1	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Fiscal
Adaptabilidad	2	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de Información Gerencial • Mercadotecnia Digital
Gestión del riesgo	5	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Operaciones • Sistema Financiero • Finanzas Corporativas • Emprendimiento de Negocios • Toma de Decisiones Financieras
Resiliencia	1	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Organizacional
Networking	2	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendedurismo • Emprendimiento de Negocios

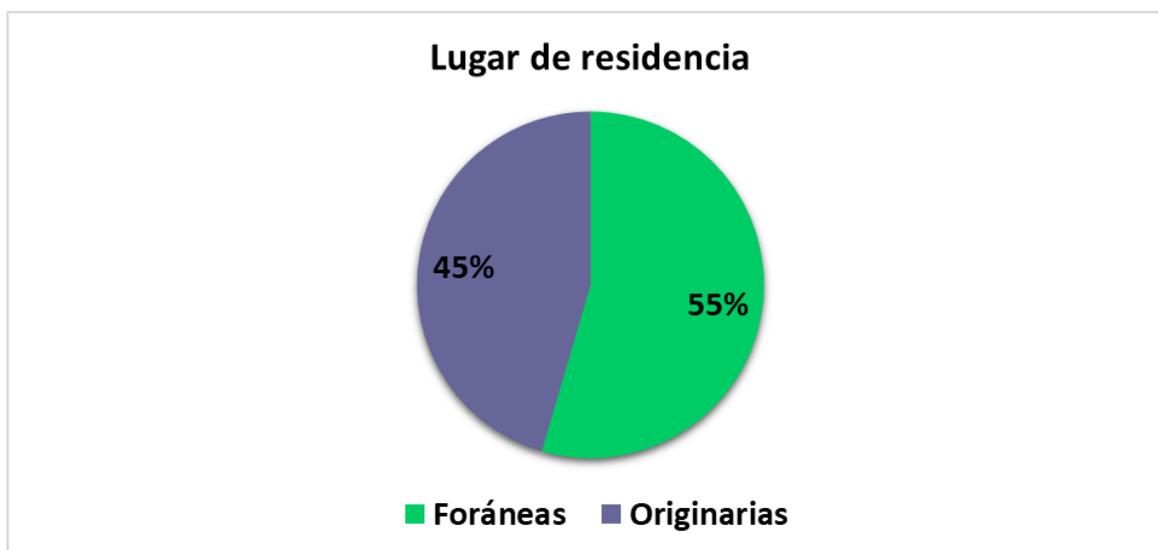
Fuente: Elaboración propia con información de UTM (s.f.c).

ANEXO 6
EDAD DE LAS ESTUDIANTES



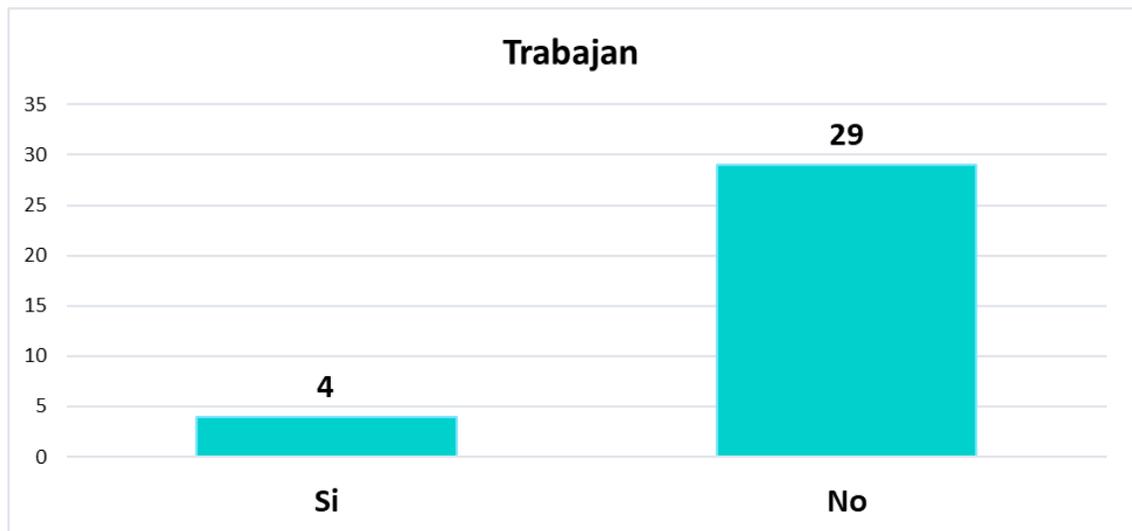
Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 7
LUGAR DE RESIDENCIA



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

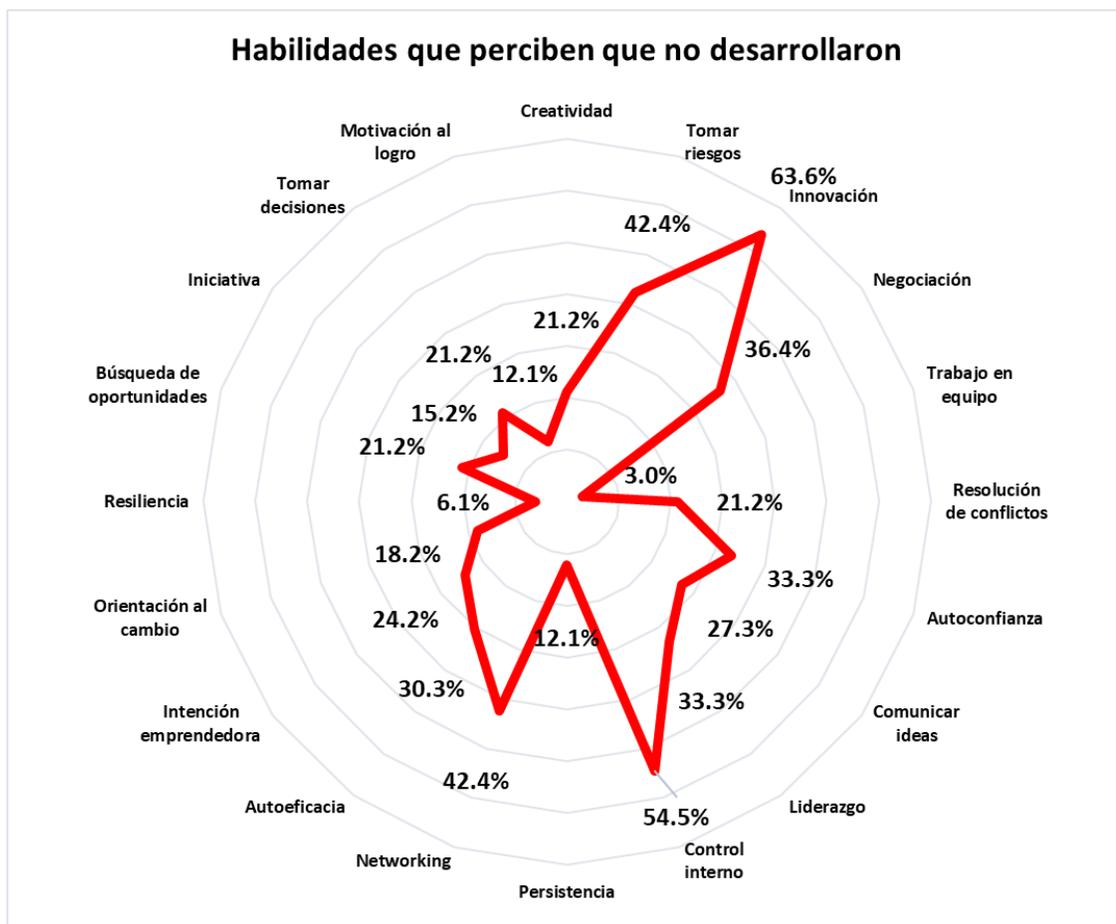
ANEXO 8
ALUMNAS QUE TRABAJAN



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 9

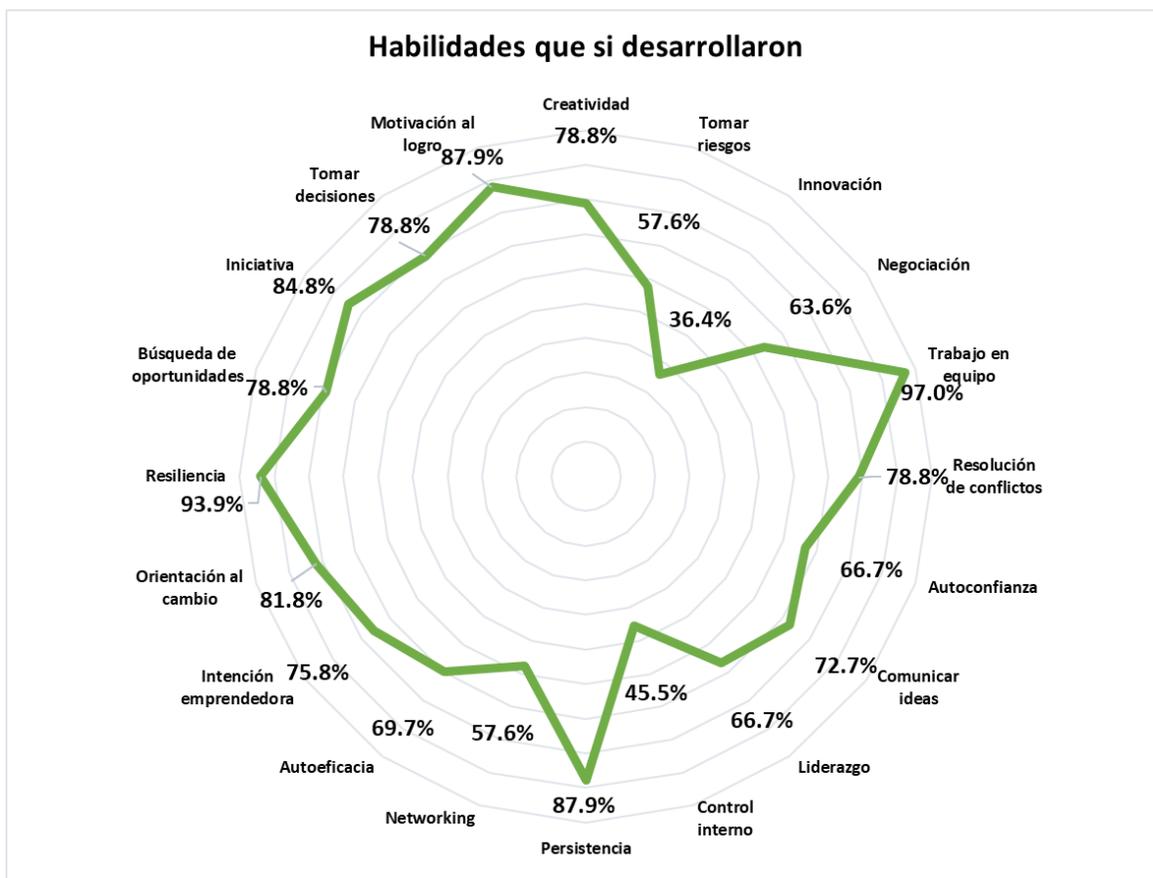
HABILIDADES QUE PERCIBEN QUE NO DESARROLLARON



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 10

HABILIDADES QUE SI DESARROLLARON

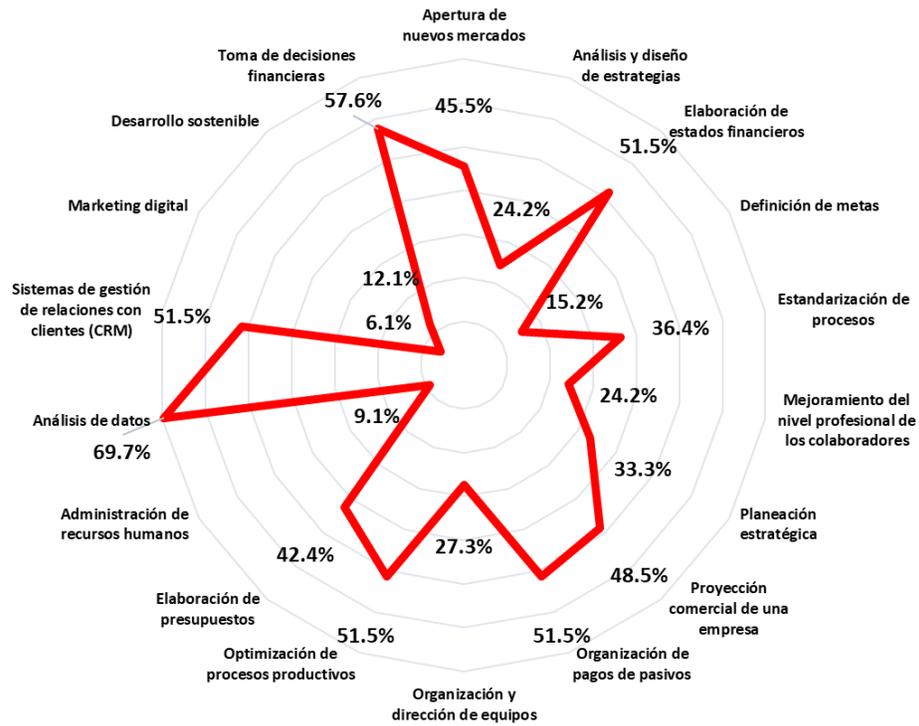


Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 11

CONOCIMIENTOS QUE PERCIBEN QUE NO ADQUIRIERON

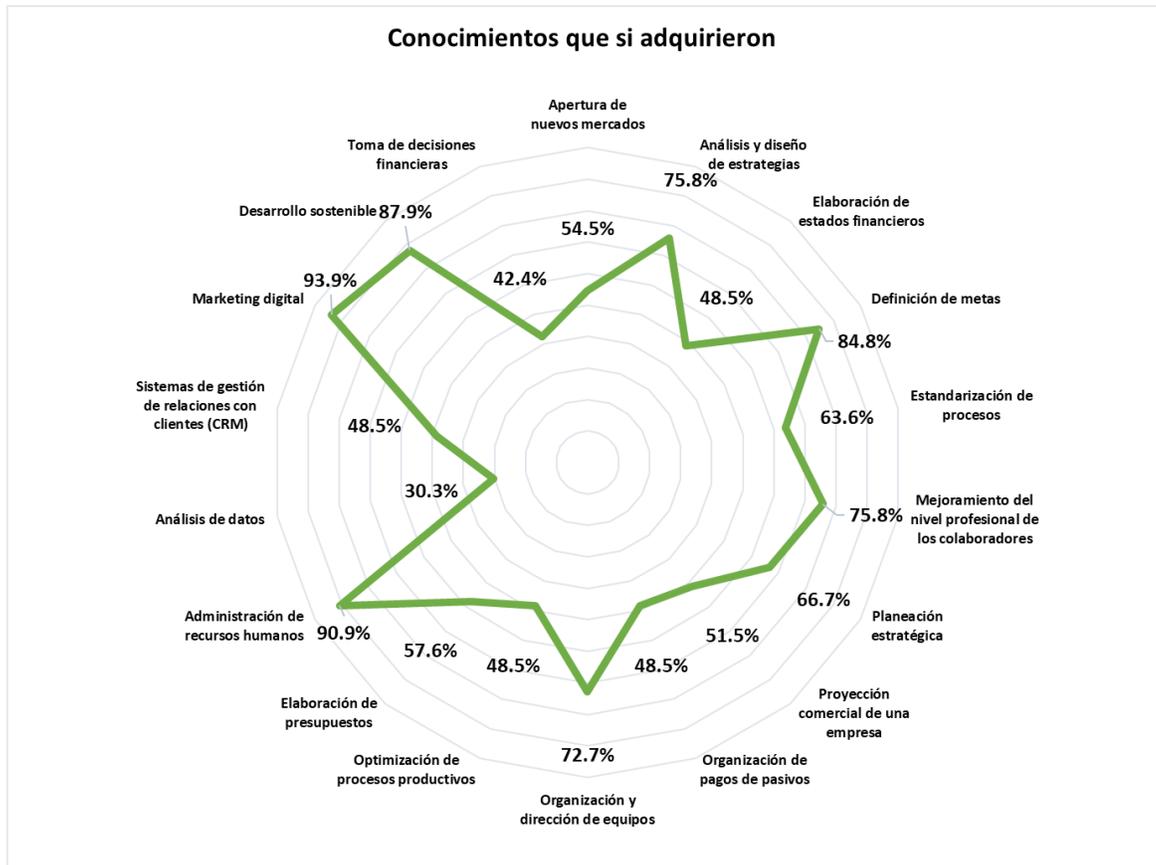
Conocimientos que perciben que no adquirieron



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 12

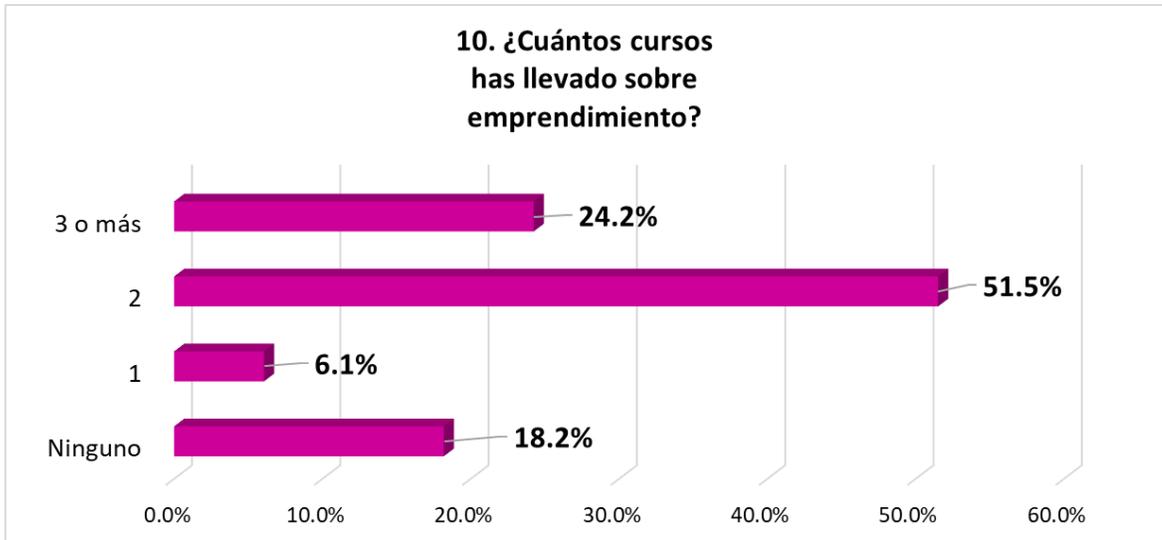
CONOCIMIENTOS QUE SI ADQUIRIERON



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 13

CURSOS SOBRE EMPRENDIMIENTO QUE HAN LLEVADO LAS ESTUDIANTES



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 14

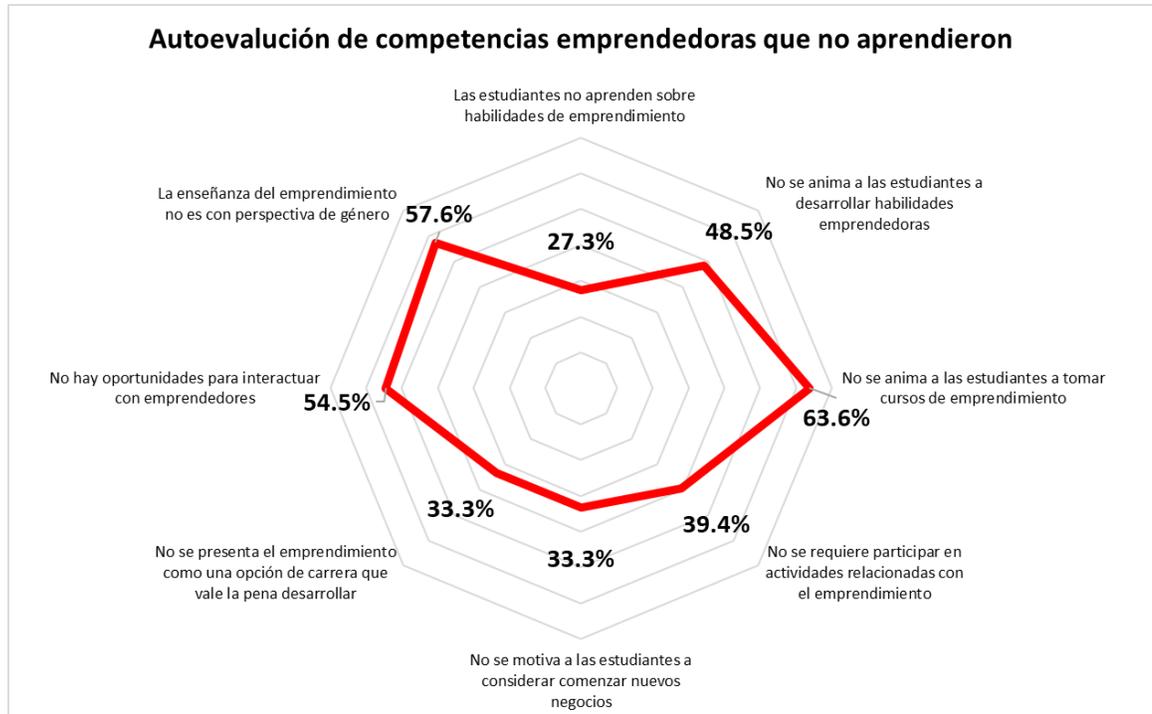
ESTUDIANTES INVITADAS A PARTICIPAR EN UN GRUPO DE EMPRENDEDORES



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 15

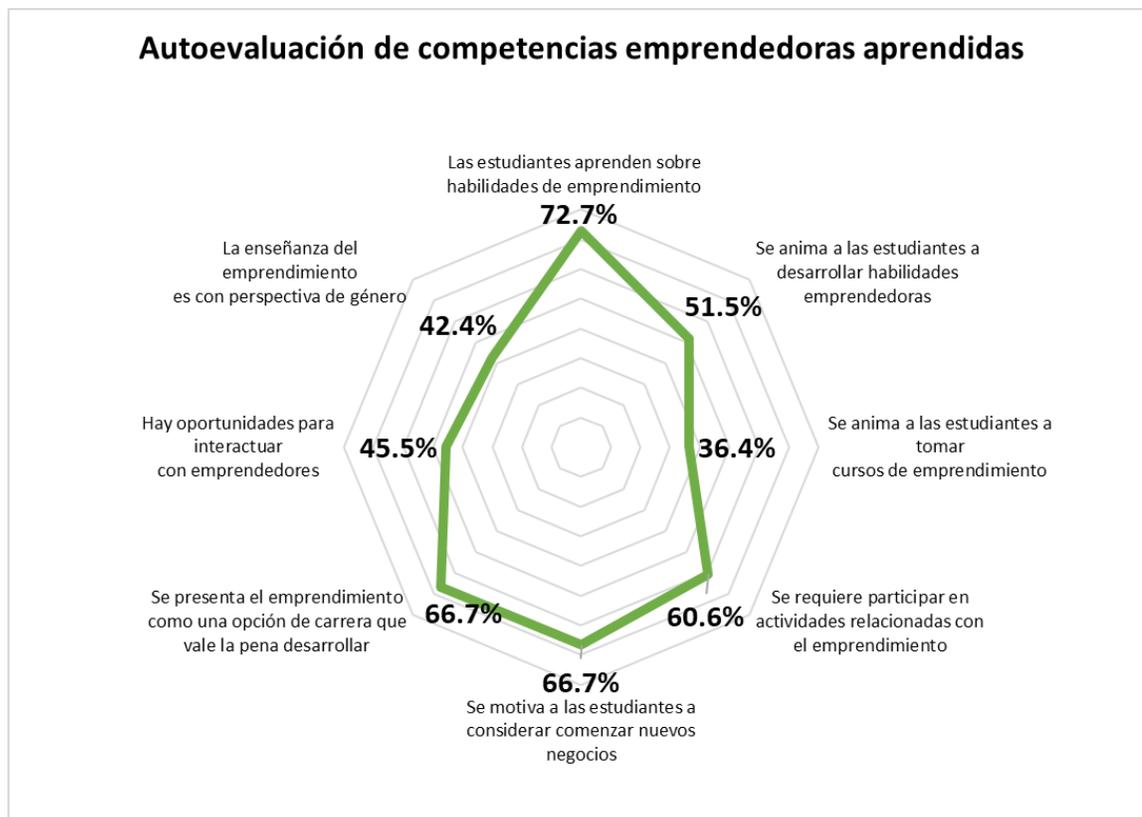
AUTOEVALUACIÓN DE LAS ESTUDIANTES SOBRE LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS QUE NO APRENDIERON



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 16

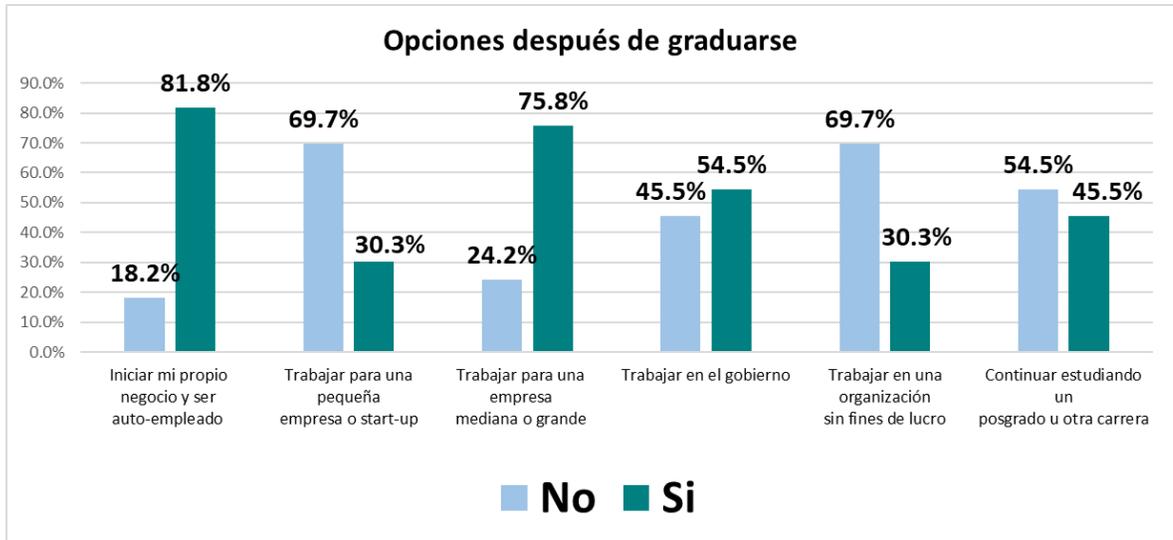
AUTOEVALUACIÓN DE LAS ESTUDIANTES SOBRE LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS APRENDIDAS



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 17

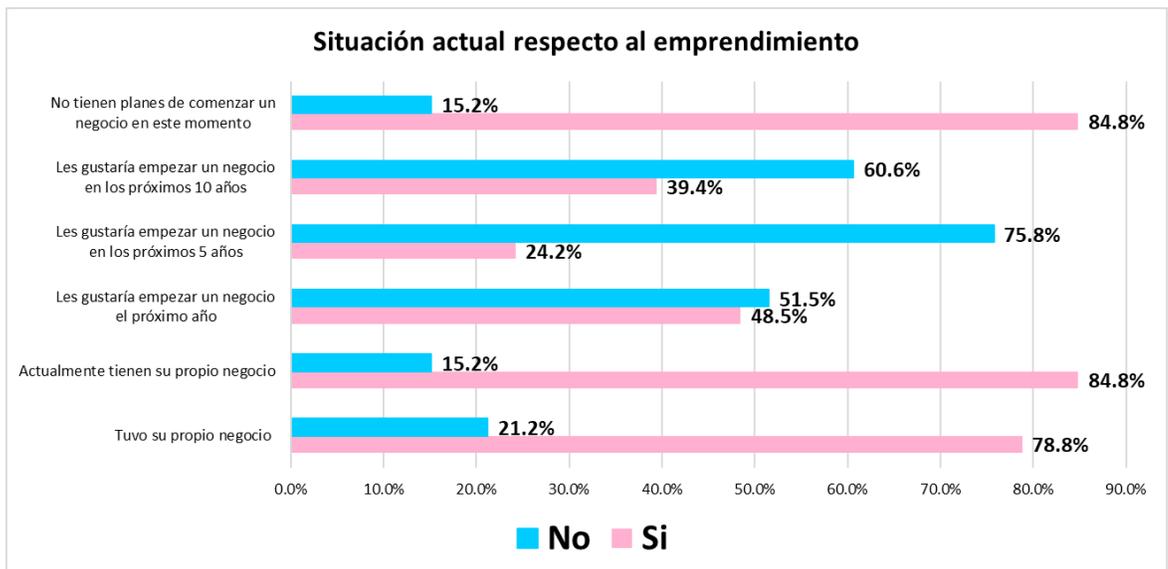
OPCIONES QUE TIENE LAS ESTUDIANTES EN RELACION AL TRABAJO AL GRADUARSE DE LA LCE



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 18

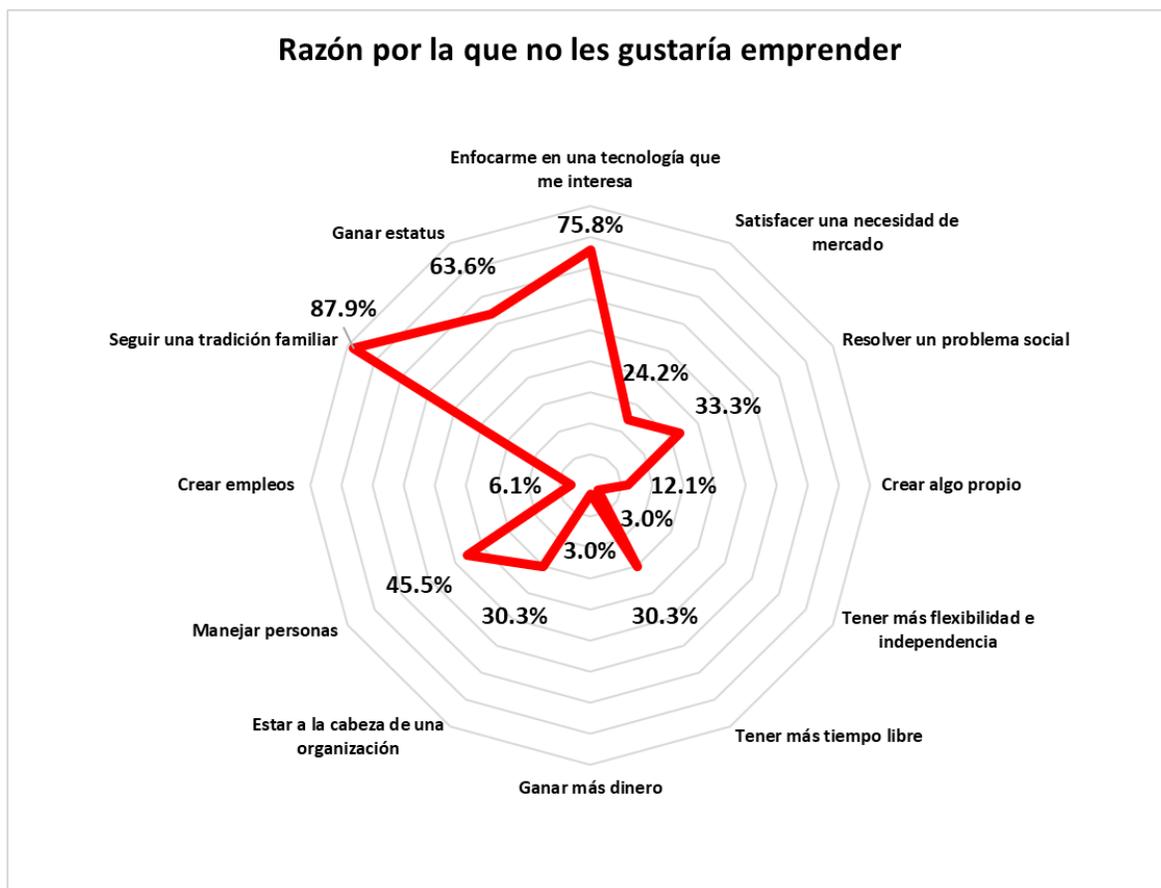
SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ESTUDIANTES RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 19

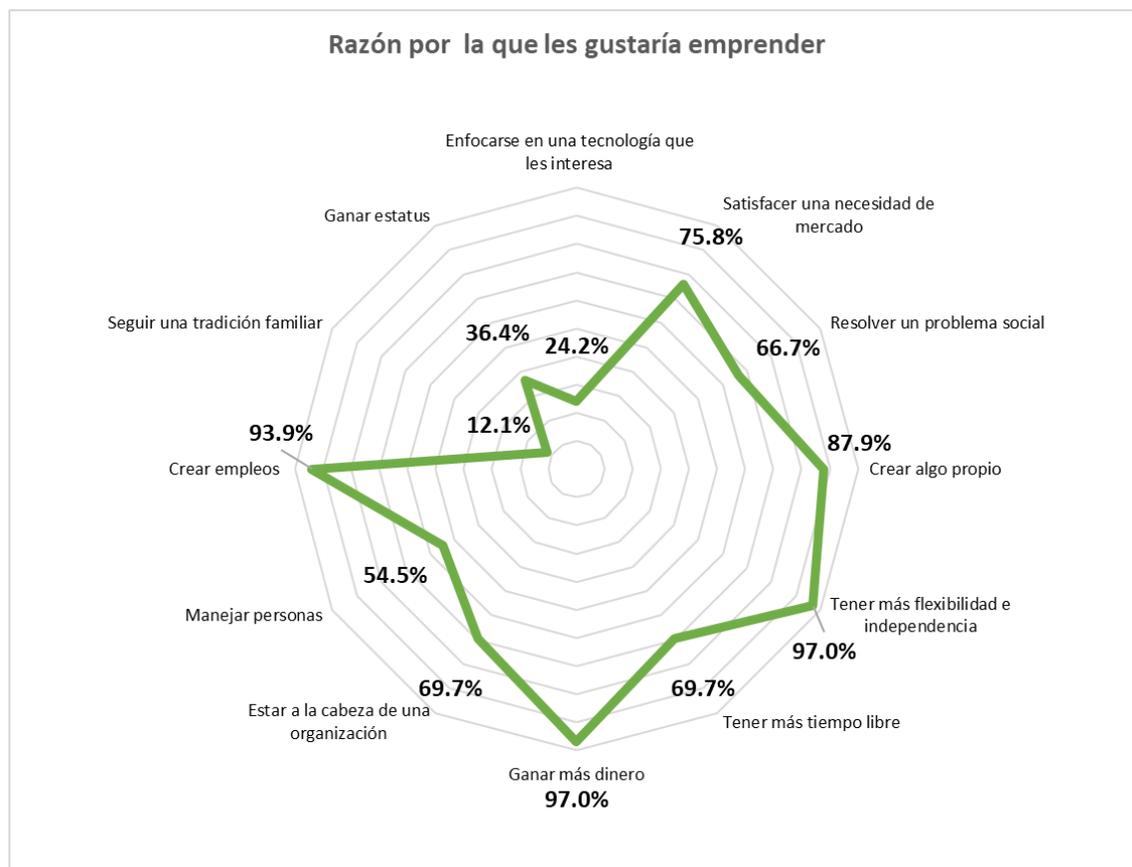
RAZÓN POR LA QUE NO LES GUSTARÍA EMPRENDER



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 20

RAZÓN POR LA QUE LES GUSTARÍA EMPRENDER



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 21

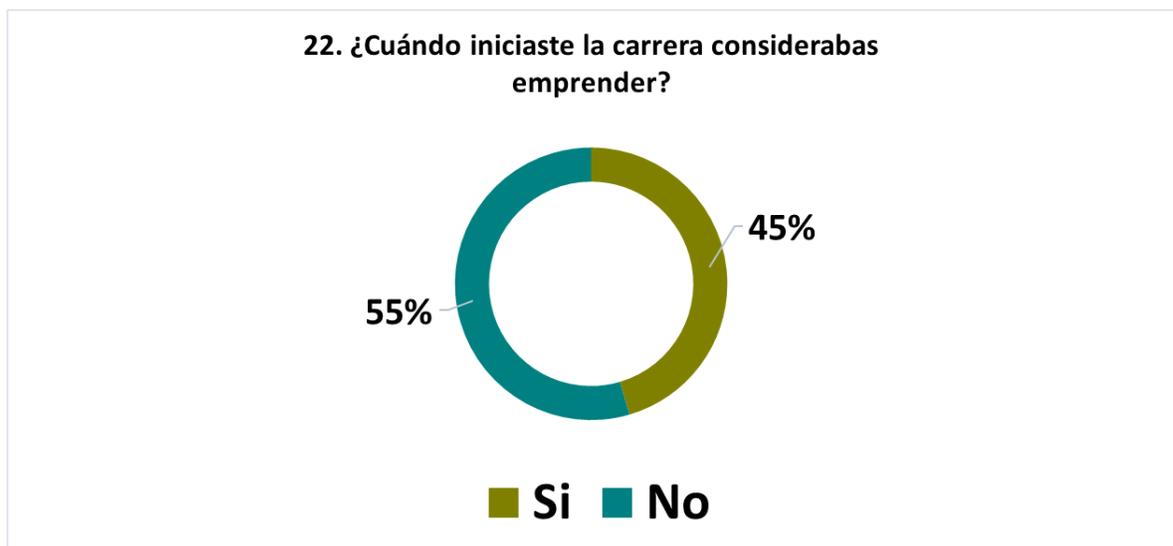
OTRAS RAZONES POR LAS CUALES LES GUSTARÍA EMPRENDER



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 22

ALUMNAS QUE CONSIDERABAN EMPRENDER DESDE EL INICIO DE LA CARRERA



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 23

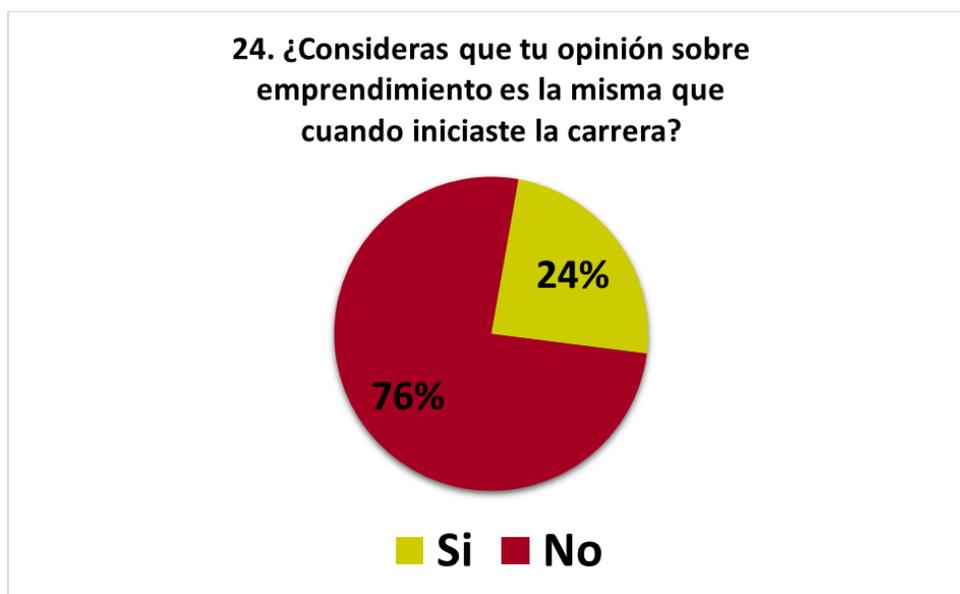
ALUMNAS QUE ACTUALMENTE CONSIDERAN EMPRENDER



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.

ANEXO 24

ALUMNAS QUE CAMBIARON DE OPINIÓN SOBRE EL EMPRENDIMIENTO A LO LARGO DE SU FORMACIÓN EN LA LCE



Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a las estudiantes del décimo semestre de la LCE.