



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

**“LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA EN EL CENTRO UNIVERSITARIO
UAEM TEXCOCO PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA

MARIO GUTIÉRREZ CRUZ

DIRECTORA

DRA. REBECA TEJA GUTIÉRREZ

REVISORAS

DRA. NIDIA LÓPEZ LIRA

DRA. ROSA MARIA RODRÍGUEZ AGUILAR

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, AGOSTO 2015.

Texcoco, México a 10 de Junio de 2015

M. EN. C.E. VIRIDIANA BANDA ARZATE
SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO
PRESENTE:


AT' L. EN A. CINTHYA TERESITA ISLAS RODRIGUEZ
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo titulado " La educación emprendedora en el Centro Universitario UAEM Texcoco para la creación de empresas" que para obtener el título de licenciado en administración presenta el sustentante Mario Gutiérrez Cruz, con número de cuenta 1024344, Se concluye que cumple con los requisitos teórico- metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo continuar con la etapa de digitalización del trabajo escrito

ATENTAMENTE


REVISOR
DRA. NIDIA LÓPEZ LIRA


REVISOR
DRA. ROSA-MARÍA RODRÍGUEZ AGUILAR


DIRECTOR
DRA. REBECA TEJA GUTIÉRREZ

C.C.P MARIO GUTIÉRREZ CRUZ
C.C.P Directora: DRA. REBECA TEJA GUTIÉRREZ
C.C.P Titulación. L. EN A. CINTHYA TERESITA ISLAS RODRIGUEZ



Agradecimientos

Hacer un trabajo de investigación parece un asunto individual, pero en realidad se requiere de muchas personas que participan de manera directa e indirecta en primer lugar me gustaría darle las gracias a la Universidad Autónoma del Estado de México por darme la oportunidad de seguir con mis estudios.

A las Doctoras Rebeca Teja Gutiérrez, Nidia López Lira y Rosa María Rodríguez Aguilar, por su disposición, su tiempo, compromiso y esfuerzo que me brindaron para la elaboración del presente trabajo.

También me gustaría darles las gracias a mis padres Israel y Julia, así como a mis hermanos por su interminable e incondicional apoyo.

A los alumnos del centro universitario, especialmente a los alumnos de segundo y octavo semestre que me apoyaron en la resolución de las encuestas las cuales fueron un elemento muy importante dentro de la investigación.

A aquellas personas que de manera directa e indirecta contribuyeron para la elaboración de este trabajo.

¡Gracias a todos!

*Con mi agradecimiento a los
Hombres y mujeres que influyeron
En mí para llegar hasta aquí*

Dedicatoria

*Este trabajo está dedicado a mi extraordinaria
Familia, a mis padres y hermanos*

A dios.

Por darme fuerza y ánimo para seguir adelante con mis estudios, dándome la oportunidad de tener una familia que me apoya en todos los aspectos de mi vida.

A mis padres: Julia e Israel

Por haberme brindado todo su apoyo en todo momento, haciéndome saber la importancia de estudiar y que para tener lo que uno quiere hay que esforzarse para cumplir sus metas, a pesar de los obstáculos que pueda haber en el camino hay que salir adelante. Gracias a ellos estoy por concluir mis estudios de licenciatura.

A mis hermanos

Sergio, Gerardo, Ricardo e Israel por todo su apoyo en todos los aspectos de mi vida, así como sus valiosos consejos y respaldo en todos mis proyectos. Gracias por su comprensión, paciencia y ánimos para seguir con mis estudios y ser un gran apoyo a lo largo de mi carrera, no olviden ese gran cariño que les tengo y el ejemplo que son para mí en muchos sentidos.

A mis amigos

Por estar compartiendo conmigo muchas horas de convivencia, aprendiendo y equivocándonos pero con la mentalidad de seguir con nuestros estudios.

A mis maestras

Por su disposición e interés para apoyarme siempre, en especial a quienes fueron parte importante para concluir este trabajo, por sus enseñanzas y aportaciones a lo largo de este proceso.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| 1. Introducción..... | 1 |
| 2. Planteamiento del problema..... | 3 |
| 3. Justificación..... | 5 |
| 4. Objetivos | 6 |
| 4.1 Objetivo General | 6 |
| 4.2 Objetivos particulares..... | 6 |
| 5. Marco teórico conceptual | 7 |
| 5.1 Antecedentes | 7 |
| 5.1.3 Cualidades que definen a un emprendedor | 14 |
| 5.1.4. Ventajas y desventajas de ser emprendedor | 17 |
| 5.1.5. Programas de apoyo a los emprendedores | 18 |
| 5.1.6. Liderazgos en el emprendedor | 20 |
| 5.1.7. Actitud emprendedora..... | 21 |
| 5.2 La administración y el proceso de creación de empresas..... | 22 |
| 5.2.1 El proceso administrativo en la creación de una empresa..... | 22 |
| 5.2.2. Espíritu emprendedor y el espíritu administrativo | 25 |
| 5.2.3. Beneficios del espíritu empresarial | 25 |
| 5.2.4. Proceso para identificar una oportunidad de negocio | 26 |
| 5.2.5. ¿Qué es un plan de negocios? | 29 |
| 5.2.6. Los cinco ingredientes elementales para todo negocio | 30 |
| 5.2.7. Innovación | 32 |
| 5.3 Educación emprendedora | 34 |
| 5.3.1. ¿Qué es educación emprendedora?..... | 34 |
| 5.3.2. Importancia de la educación emprendedora para un país | 36 |

| | |
|--|-----|
| 5.3.3. Barreras y obstáculos en el inicio de una empresa..... | 36 |
| 5.3.4. Factores que determinan la actitud emprendedora | 37 |
| 5.3.5 Fuentes de inspiración y casos de éxito | 40 |
| 5.3.6 Clasificación de las empresas | 41 |
| 6. Metodología..... | 47 |
| 6.1 Trabajo de campo | 49 |
| 6.2 Variables a analizar en los dos momentos del estudio. | 51 |
| 6.3 Instrumento de Campo..... | 54 |
| 7. Resultados | 57 |
| 8. Discusión..... | 93 |
| 9. Conclusiones..... | 96 |
| 10. Recomendaciones..... | 101 |
| Bibliografía | 102 |

Índice de Ilustraciones

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 ¿Que es el emprendedor? Fuente: (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007)..... | 14 |
| Ilustración. 2 Cualidades que definen a un emprendedor. Fuente: Revista Entrepreneur 2012. | 16 |
| Ilustración 3. Ventajas y desventajas de la capacidad empresarial..... | 18 |
| Ilustración 4. El proceso emprendedor. Fuente: Elaboración propia con datos de (Munch, 2007). | 24 |
| Ilustración 5. Proceso para identificar una oportunidad de negocio. | 27 |
| Ilustración 6. Las Cinco etapas en el desarrollo de un plan de negocios. | 30 |
| Ilustración 7. Factores que influyen en el surgimiento de emprendedores. Fuente: (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007)..... | 38 |
| Ilustración 8. Patrón del dinero. Fuente. Elaboración propia con datos de (Eker, 2005). | 40 |
| Ilustración 9. Clasificación de las empresas por su actividad económica. | 44 |
| Ilustración 10. . Clasificación de las empresas por su régimen jurídico | 45 |
| Ilustración 11. Momentos de la investigación. Fuente: Elaboración propia, 2015. | 48 |
| Ilustración 12. | 48 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Características de un emprendedor y un administrador | 25 |
| Tabla 2. Innovación | 33 |
| Tabla 3. Clasificación de las empresas por su tamaño | 42 |
| Tabla 4. Variables a analizar | 51 |
| Tabla 5. La Encuesta | 54 |
| Tabla 6. Género de los encuestados en los dos momentos..... | 57 |
| Tabla 7. Semestre de los encuestados en los dos momentos | 58 |
| Tabla 8. . Edad de los encuestados en los dos momentos | 59 |
| Tabla 9. Disposición a tomar riesgos | 60 |
| Tabla 10. Creatividad | 61 |
| Tabla 11. Liderazgo en los encuestados..... | 62 |
| Tabla 12. Liderazgo en los encuestados..... | 64 |
| Tabla 13. Determinación de los encuestados..... | 65 |
| Tabla 14. Pasión de los encuestados..... | 66 |
| Tabla 15. Confianza de los encuestados | 67 |
| Tabla 16. Trabajo en equipo de los encuestados..... | 68 |
| Tabla 17. Visión de los encuestados..... | 69 |
| Tabla 18. Habilidad de los encuestados para hacer que las cosas sucedan | 71 |
| Tabla 19. Habilidad de creación de los encuestados. | 72 |
| Tabla 20. Habilidad para planear de los encuestados..... | 73 |
| Tabla 21. Habilidad de organización de los encuestados. | 74 |
| Tabla 22. Habilidad de dirección de los encuestados | 75 |
| Tabla 23. Barreras y obstáculos personales de los encuestados..... | 77 |
| Tabla 24. Barreras y obstáculos financieros en los encuestados..... | 78 |
| Tabla 25. Barreras y obstáculos técnicos y administrativos de los encuestados .. | 79 |
| Tabla 26. Barreras y obstáculos burocráticos de los alumnos encuestados | 80 |
| Tabla 27. Barreras y obstáculos financieros de los encuestados..... | 81 |
| Tabla 28. Capacidad de creación de los encuestados | 82 |
| Tabla 29. Capacidad de invención de los encuestados. | 83 |
| Tabla 30. Capacidad para innovar de los encuestados..... | 85 |

| | |
|--|----|
| Tabla 31. Autonomía de los encuestados | 86 |
| Tabla 32. Desafío de los encuestados | 87 |
| Tabla 33. Preferencias de control financiero de los encuestados. | 88 |
| Tabla 34. Disposición de sacrificios personales de los encuestados | 89 |
| Tabla 35. Disposición para llevar a cabo el proceso de creación de los encuestados..... | 90 |
| Tabla 36. Disposición para Tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto | 91 |

Índice de gráficas

| | |
|--|----|
| Grafica 1. Género de los encuestados. Fuente: Elaboración propia, con datos de campo, 2015..... | 57 |
| Grafica 2. Semestre cursado de los encuestados. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015..... | 58 |
| Grafica 3. Edad de los encuestados. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015..... | 59 |
| Grafica 4. No emprender por miedo al fracaso..... | 60 |
| Grafica 5. Creatividd de los encuestados..... | 61 |
| Grafica 6. . Liderazgo en los encuestados. | 63 |
| Grafica 7. Liderazgo en los encuestados | 64 |
| Grafica 8. . Determinación de los encuestados | 65 |
| Grafica 9. Pasion de los encuestados | 66 |
| Grafica 10. Confianza de los encuestados..... | 67 |
| Grafica 11. Trabajo en equipo de los encuestados. | 68 |
| Grafica 12. Visión de los encuestados. | 70 |
| Grafica 13. Habilidad de los encuestados para hacer que las cosas sucedan..... | 71 |
| Grafica 14. Habilidad de creación de los encuestados..... | 72 |
| Grafica 15. Habilidad para planear de los encuestados | 73 |
| Grafica 16. Habilidad de organización de los encuestados..... | 74 |
| Grafica 17Habilidad de dirección de los encuestados..... | 76 |
| Grafica 18. Barreras y obstáculos personales de los encuestados..... | 77 |
| Grafica 19. Barreras y obstáculos financieros en los encuestados. | 78 |
| Grafica 20. Barreras y obstáculos técnicos y administrativos de los encuestados | 79 |
| Grafica 21. Barreras y obstáculos burocráticos de los encuestados..... | 80 |
| Grafica 22. Barreras y obstáculos financieros de los encuestados. | 82 |
| Grafica 23. . Habilidad de creación de los encuestados..... | 83 |
| Grafica 24. Capacidad de invención de los encuestados..... | 84 |
| Grafica 25. Capacidad para innovar de los encuestados. | 85 |
| Grafica 26. Autonomía de los encuestados..... | 86 |
| Grafica 27. Desafío de los encuestados..... | 87 |

| | |
|---|----|
| Grafica 28. Preferencias de control financiero de los encuestados..... | 88 |
| Grafica 29. Disposición de sacrificios personales de los encuestados..... | 89 |
| Grafica 30. Disposición para llevar a cabo el proceso de creación de los encuestados. | 90 |
| Grafica 31. Disposición para Tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto..... | 91 |

1. Introducción

El propósito de esta investigación es dar a conocer y generar nuevas propuestas de emprendedurismo para ayudar a generar jóvenes con liderazgo en nuestro país y generar así más empresas que se traducen en más riqueza y desarrollo, esperando que los egresados universitarios impulsen la creación de estas, considerando que el emprendimiento es un componente vital para el crecimiento económico, la innovación y el empleo.

El problema que se abordará será el emprendedurismo ya existe una discusión en torno éste al sentido de si la intención de emprender es propia de individuos que tienen ciertos rasgos de carácter o si la educación y la formación para el emprendimiento influyen en que un individuo se sienta capaz y motivado a emprender.

El objetivo principal es el de conocer los factores que influyen positivamente en los emprendedores para haber creado su empresa, tanto los factores, académicos, familiares, culturales y personales. Así como también conocer las características de un emprendedor y plantear algunas ideas que puedan ayudar a mejorar la educación emprendedora.

El enfoque que se utilizará será cualitativo, y se aportarán definiciones y conceptos y se discutirán algunas teorías que dan respuesta al tema de estudio.

El estudio se realizó mediante una investigación de campo, que consistió en la aplicación de un cuestionario a los alumnos de segundo y octavo semestre del centro universitario UAEM Texcoco para comprender si la educación impartida por dicha institución motiva a los alumnos para emprender una empresa. Los resultados se analizaron a través de un análisis comparativo para determinar las habilidades y características para emprender de los alumnos.

Se estudió la licenciatura en Administración dado que es la carrera que está más relacionada con la creación de empresas, los semestres seleccionados son segundo y octavo para hacer un comparativo de las perspectivas de estudiantes de

recién ingreso contra los que están próximos a egresar y determinar si el emprendedurismo en los alumnos de octavo semestre es mayor que los de primer semestre, y determinar si la educación recibida los motiva para poder crear su empresa.

2. Planteamiento del problema

El emprendedurismo en las universidades ha cobrado en las últimas dos décadas una mayor relevancia; esto se puede constatar a través de la revisión de la curricular de nivel superior, cuyo propósito es sentar las bases institucionales para que la formación de profesionales responda y se ajuste permanentemente a las demandas sociales y a los avances científicos, humanísticos y tecnológicos que promueva el desarrollo de competencias para el alto desempeño profesional, las capacidades e iniciativas del espíritu de empresa (Anuies 2000). Asimismo, en los últimos diez años se ha notado una mayor instalación de incubadoras de negocios dentro de los campus universitarios. Derivado del impulso que se le ha dado, curricular y extracurricularmente al emprendedurismo en las universidades, muchos de los estudiantes han empezado a generar ideas de negocio, sin embargo, la mayoría de las veces estas ideas no llegan a realizarse ya sea por la falta de recursos económicos, la falta de información sobre apoyos financieros, técnicos, capacitación, tutoría, conocimiento técnicos y administrativos, entre otros factores.

La literatura señala dentro de las principales barreras y obstáculos en el ámbito institucional las siguientes:

- Desconocimiento de los programas de apoyo a emprendedores que ofrecen instituciones públicas y privadas.
- La existencia de múltiples trámites y barreras de tipo administrativo en el sector público para la apertura de empresas.
- Financiamiento por parte de instituciones bancarias debido a que no cumplen con los requisitos solicitados (Maximiano, 2008).

También existen barreras sociales y personales que influyen en los emprendedores jóvenes tales como:

- Miedo al fracaso de la idea.
- Falta de cultura emprendedora.
- Falta de confianza en sí mismo para emprender.

- No cuentan con los conocimientos técnicos y administrativos que implica una empresa.
- Falta de capacidad de trabajo durante la primera etapa ya que es una labor muy demandante, tener determinación y constancia son la fuerza que mantiene la idea firme (Maximiano, 2008).

Por lo anterior se ha planteado la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los mecanismos y los factores que influyen en los jóvenes universitarios de la UAEM Texcoco, para que tengan una visión y actitud emprendedora para la creación de empresas mexicanas exitosas?

La pregunta tiene relevancia y pertinencia en el contexto actual por los motivos que a continuación se señalan.

- Comprender tanto las intenciones y motivaciones de los potenciales emprendedores.
- Conocer las barreras percibidas por los alumnos de ambos semestres
- Identificar cuáles son los elementos que tienen mayor influencia en la decisión personal de crear una empresa, ya que facilitaría el diseño de programas de estudio más eficientes

3. Justificación

Conocer los factores que influyen positivamente en una persona para que haya decidido crear una empresa es un área importante, ya que se tendrían en cuenta para fomentarlos como parte de la formación académica en las nuevas generaciones de estudiantes, porque se requiere de desarrollar ciudadanos con esta visión para generar desarrollo y riqueza en un país mediante la creación de nuevas empresas. Además de que es de gran importancia para un país que hallan más empresas que se traducen en más riqueza.

Este trabajo arrojará resultados sobre las necesidades que tienen los jóvenes universitarios para que tengan una actitud emprendedora, así mismo ayudará a la coordinación de la licenciatura y a la academia de administración, a modificar y actualizar los planes de estudios, basado en los resultados sobre las necesidades de los estudiantes, y reestructurar las unidades de aprendizaje con el fin de integrar como parte de sus temas a estudiar, los planes y estudios de los estudiantes.

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Analizar los mecanismos y los factores que influyen en los jóvenes universitarios de la UAEM Texcoco, para que tengan una visión y actitud emprendedora para la creación de empresas mexicanas exitosas.

4.2 Objetivos particulares

- Conocer las expectativas de los alumnos de la licenciatura mencionada anteriormente.
- Conocer las competencias, aptitudes y actitudes emprendedoras de los alumnos de la licenciatura del Centro Universitario UAEM Texcoco
- Conocer los mecanismos que el Centro Universitario ha implementado para fomentar una cultura de emprendimiento.
- Proponer estrategias de emprendedurismo en el Centro Universitario para los diferentes actores que intervienen en el proceso.

5. Marco teórico conceptual

5.1 Antecedentes

Emprendedor es un término que tiene múltiples acepciones. Según el contexto en el que sea empleado, será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios, el emprendedor es un empresario; es el propietario de una empresa con fines de lucro. Cantillon (1680-1734, citado por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, 2010), economista francés, fue el primero en utilizar el término Entrepreneur refiriéndose a un individuo que emprende activamente y con iniciativa, que asume riesgos con un nivel de incertidumbre y que percibe ganancias no fijas e inciertas, en este sentido es contrapuesto por Stephen (1991), quien lo identifica como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir tiene la virtud de detectar, manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance gracias a su autoconfianza. Lawrence (1990), lo describe como alguien que se aventura a una nueva actividad de negocios. Con respecto a (Uribe Toril, Jaime de Pablo, & Bonilla Martínez, 2013), menciona que un emprendedor es aquel que tiene la habilidad para convertir ideas en actos, incluye la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos así como la habilidad para planificar y gestionar proyectos destinados a lograr objetivos. En el caso de Shane y Venkataraman (2000, citados por Fernández Rodríguez, Romero Martínez, & Vázquez Inchausti, 2007), hacen referencia al emprendedurismo como el descubrimiento y explotación de oportunidades, lo que significa la búsqueda de oportunidades a través de la introducción de nuevos productos o procesos, así como la creación de nuevas estructuras organizativas y la conquista de nuevos mercados. Una aportación muy diferente en cuanto al concepto de emprendedor es la aportada por Liouville (2001, citado por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, (2010), que menciona que un emprendedor es aquel que es capaz de actuar sobre la motivación de otros para la puesta en práctica de actividades que pueden estar dadas en la producción y la puesta en aplicación de nuevos productos, en la introducción de nuevos métodos de producción, en la introducción de novedosas formas de organización de la industria, en la conquista de nuevos mercados. Por

ello Knight, (1947 citado por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, (2010). Considera que el emprendedor es el actor encargado de transformar una situación de incertidumbre en una de riesgo, esto es, que el emprendedor es capaz de modificar situaciones inciertas en posibilidades de ocurrencias medibles y objetivas. Esto permite establecer que el emprendedor no necesariamente deba ser creador de una nueva empresa, y el que la crea, no necesariamente garantiza que sea emprendedor durante toda la vida del proyecto empresarial.

La literatura referida al emprendedurismo concuerda en que el emprendedurismo tiene una constante relación con el nivel de desarrollo económico de un país y su nivel y tipo de actividad emprendedora, esto por qué las empresas de tamaño pequeño y mediano son importantes para la economía y porque son los principales agentes del empleo y el crecimiento económico para un país.

Por otra parte los autores antes mencionados coinciden en que la actitud y la innovación son las principales herramientas clave para la creación de una empresa y que debe poseer un emprendedor, su importancia de la primera según Ajzen, (1991, citado por Pabón 2011), es que la conducta se encuentra prescrita por sus intenciones que son un factor motivacional, pero estas intenciones de creación de empresas se encuentran supeditadas por la actitud y la innovación. Al respecto Vesga (2009, citado por Pabón 2011), menciona que la innovación es un proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio, este proceso lleva a resultados concretos y medibles y está asociado al desarrollo de un espíritu emprendedor es decir, se caracteriza por la permanente búsqueda de oportunidades y por la capacidad para articular recursos humanos y físicos con el objetivo de aprovecharlas.

Por otro lado los rasgos del emprendedor son lo que distingue su personalidad, la literatura del emprendedurismo converge en un grupo de rasgos y en el que, en mayor o menor medida está de acuerdo los investigadores considerando los rasgos de personalidad emprendedora, de acuerdo con Rotter (1966 citado por García, 2010), menciona que las personas con un Locus de control alto piensan en que ellos son capaces de controlar los resultados por lo tanto quiere decir que las acciones

que uno realiza determinan los resultados que uno obtiene, las personas con un locus de control interno alto piensan que ellos son capaces de controlar los resultados, por lo que dedican, más esfuerzo y persistencia hacia los resultados deseados, lo que a su vez, debería ayudar a iniciar una aventura empresarial y mantenerla exitosamente. De acuerdo con Fillion (2003, citado por García, 2010), menciona que el locus de control interno es una característica frecuentemente atribuida a los emprendedores si bien no en exclusiva, dado que también esta característica se encuentran en personas que triunfan sean o no emprendedoras.

Otra característica del emprendedor es la Autoeficacia mencionada por Bandura (1997, citado por García 2010), refiriéndose a la convicción de que uno puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir los resultados requeridos es decir es una atribución de competencia personal y control en una situación dada y refleja la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreta. La relación entre autoeficacia y emprendedurismo está justificada por diferentes motivos, una de ellas es porque la iniciativa empresarial conlleva importantes riesgos y dificultades por lo que parece claro que los emprendedores necesiten altos niveles de autoeficacia, en segundo lugar porque la autoeficacia induce a la perseverancia ante dificultades y la efectividad personal

Por otra parte Covin (1989, citado por García 2010), menciona que propensión al riesgo se relaciona con el emprendedurismo refiriéndose a esta también como la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos, es decir consideraran las alternativas cuyas consecuencias finales puedan alejarse de su marco de expectativas de resultados, y dado que la propensión al riesgo es, junto con la proactividad y la innovación una de las tres dimensiones de la llamada orientación emprendedora. En este marco la propensión al riesgo se resume como la disposición de un sujeto a comprometerse con oportunidades bajo posibilidades de fracaso, otra característica importante es la personalidad proactiva mencionada por Beteman (1993, citado por García 2010), refiriéndose a que las personalidades proactivas identifican oportunidades y actúan sobre ellas, muestran iniciativa, realizan acciones directas y perseveran hasta que consiguen un cambio

significativo. La proactividad implica un énfasis en anticipar y prevenir problemas antes de que ocurran y una orientación a la acción que incluye una interpretación creativa de las normas y un alto nivel de persistencia y paciencia para operar el cambio.

De acuerdo Lumpkin (1996, citado por García 2010), menciona que la pro actividad es otra de las dimensiones indispensables, por ello Covin (1989, citado por García 2010), incluye en la denominada orientación emprendedora, en referencia a la implementación de lo necesario para la realización emprendedora, lo que supone perseverancia, adaptabilidad y disposición para asumir la responsabilidad ante el fracaso. De tal manera Lumpkin (1996, citado por García 2010), afirma que las empresas proactivas son aquellas que son más propensas a buscar oportunidades en el entorno externo, esto concuerda con Stevenson (1990, citado por García 2010).

Shapero (1982, citado por García 2010), ha sugerido que esta propensión personal a actuar sobre las oportunidades es uno de los factores que pueden influir sobre la relación intención-comportamiento facilitando la realización de intenciones, igualmente este tipo de orientación de personalidad ha sido mencionado en la literatura Krueger (1994, citado por García 2010), como un importante precursor de las intenciones y el potencial emprendedor.

García D. (2006), menciona que el desafío, la adversidad, la independencia, la audacia, el coraje, el gusto por el riesgo o, incluso, el espíritu de aventura son algunas características que deben poseer los emprendedores.

Por su parte Krueger (2000, citado por Valencia Arias, Cadavid, Rios Echeverri, & Awad, 2012), plantea que las conductas humanas tienden a ser inerciales y que, además de la intención de emprender, se requiere de un evento detonador (pérdida de un empleo, recibir una herencia, surgimiento de una idea innovadora) para que surja la conducta emprendedora. Sin embargo no basta la simple ocurrencia del evento para que una persona tome la decisión de emprender, las fuerzas externas rompen la inercia conductual pero las nuevas conductas están condicionadas por los factores sociales, económicos y ambientales presentes en el entorno del

emprendedor potencial, por lo que Segal (2005, citado por, Valencia Arias, Cadavid, Rios Echeverri, & Awad, 2012), menciona que no basta con la ocurrencia del evento para que una persona tome la decisión de emprender, ya que las conductas están condicionadas por los factores sociales, económicos y ambientales en el entorno del emprendedor.

Gibb A. (1988, Citado por González Campo & Gálvez Albarracín, 2008), menciona un modelo para emprendedores que quieren crear su empresa, cuyo objetivo es que las nuevas empresas tengan una mayor permanencia y desarrollo, dicho modelo se divide en seis etapas.

Etapa 1. Adquisición de la motivación y la idea de negocio. Mediante un análisis de diferentes alternativas de negocio y las formas de iniciarlo.

Etapa 2. Validación de la idea. A través de una evaluación de las diferentes ideas de negocio y descartar algunas que pueden ser imposibles de lograr.

Etapa 3. Definición de la escala de operación e identificación de los recursos necesarios. En donde el emprendedor debe identificar detalladamente los recursos necesarios para la creación de la empresa.

Etapa 4. Negociación del ingreso al mercado. En esta etapa busca crear y ampliar el plan de negocio; incluye la negociación con bancos (capital), con empleados (mano de obra), con proveedores (materia prima) y con distribuidores (canales de distribución).

Etapa 5. Nacimiento o creación. Esta etapa es muy importante para el funcionamiento y para el futuro del negocio, depende ciento por ciento del emprendedor.

Etapa 6. Supervivencia. Esta etapa es la consolidación del negocio, y depende de la visión del emprendedor y las relaciones de confianza, solidaridad, y cooperación que sean construidas desde la creación de la empresa.

La literatura referida a los tipos de emprendedores señala que de acuerdo a la forma en que los emprendedores asumen sus emprendimientos y en relación al valor creado en ellos se les podría clasificar en cuatro tipos definidos por Bruyat & Julien, (2001, citado por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, 2010).

1. Emprendedor de imitación.

Cuando hay una evolución en su saber pero no crea mucho valor.

2. Emprendedor de reproducción.

Cuando cambia poco y crea todavía menos valor con una gestión tradicional, y unos cambios de rumbo que dependerán más de las exigencias del entorno.

3. Emprendedor de valorización.

Cuando tiene una estrategia más activa y realiza cambios cada vez más importantes en la estrategia del negocio.

4. Emprendedor de aventura.

Cuando crea valor imitable, asume riesgos, lo que frecuentemente le conduce a grandes éxitos.

Por otra parte Segal (2005, citado por Valencia Arias, Cadavid, Rios Echeverri, & Awad, 2012), hace otra clasificación de los tipos de emprendedores tomando en cuenta la tipología según planes a futuros, separa a los estudiantes de acuerdo a lo que planean hacer al concluir sus estudios de pregrado. Reconociendo tres categorías de estudiantes emprendedores.

a) Emprendedor puro

Son aquellos estudiantes que indicaron su intención de crear su empresa, al terminar el pregrado, como única opción.

b) Emprendedores marginales.

Está conformado por quienes además de tener la intención de crear su empresa al terminar el pregrado, planean continuar estudiando y/o conseguir empleo.

c) No emprendedores.

Está conformado por quienes no tienen intención de crear una empresa al terminar el pregrado solo consideran la opción de conseguir empleo.

Por lo que este trabajo está orientado a los tipos de emprendedores puros, es decir a estudiantes que manifestaron su intención de crear su empresa ya que dicha clasificación se enfoca exclusivamente a estudiantes con intenciones de emprender.

5.1.2 ¿Qué es un emprendedor?

La palabra emprendedor proviene del latín *Imprendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa”, “poner en ejecución”. Y tiene el mismo significado de la palabra francesa *Entrepreneur*, que dio origen a la palabra inglesa *entrepreneurship* la cual se utiliza para designar el comportamiento del emprendedor y se traduce como “espíritu emprendedor”, es decir aquellas personas que son emprendedoras y que movilizan sus recursos y corren riesgos para iniciar organizaciones de negocios (Maximiano, 2008).

De la misma manera Gray & D. (1994), establecen que emprendedor es sinónimo de empresario. Pero, sobre todo, es alguien que organiza, controla y asume riesgos en un negocio ante su deseo de enfrentar desafíos, la oportunidad de alcanzar logros y el impulso de cumplir necesidades personales, emocionales y psicológicas.

Nicholas (1980), agrega otro elemento interesante, relacionado con la aceptación del riesgo: la capacidad para aprender de los errores o fracasos. Señala que el emprendedor es una persona capaz de levantarse de sus caídas, con una nueva perspectiva de las cosas y un aprendizaje que le permitirá mejorar su desempeño, con perseverancia para el logro de sus metas y objetivos.

Andrade (2007), menciona que un emprendedor es aquella persona que identifica necesidades en el mercado e inicia nuevos negocios o empresas para satisfacerlas, son personas que asumen riesgos y proveen ímpetu para el cambio, la innovación y el progreso en la vida económica.

Cantillon (2012), menciona que el emprendedor es un agente económico que compra medios de producción a determinado precio, a fin de combinarlos y crear un nuevo producto.

J.B.Say (2012), dice que un emprendedor es un líder que atrae a personas con el objetivo de construir organizaciones productivas.

Por lo que se concluye que un emprendedor es una persona que posee un alto grado de confianza en sí mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de los recursos para alcanzar objetivos.

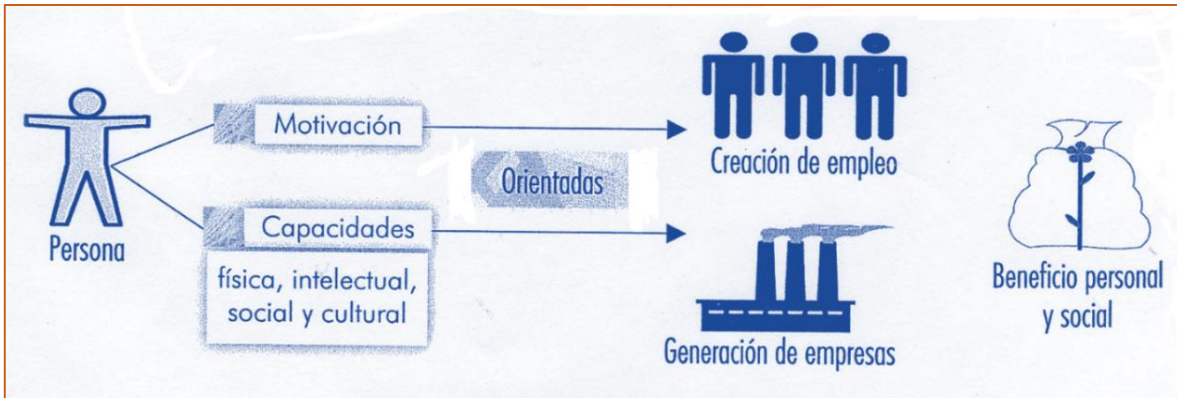


Ilustración 1 ¿Que es el emprendedor? Fuente: (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

5.1.3 Cualidades que definen a un emprendedor

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores tienen una serie de características que los distinguen de las demás personas, poseen varias cualidades.

Santín (2012), menciona ocho cualidades que definen a un emprendedor, cada característica complementa a la otra y la hace más fuerte entre la capacidad de estrategia, y la energía emocional para concretar un negocio:

- Disposición a tomar riesgos. Responsabilizarse de su propio futuro económico, comenzar desde cero y dejar un puesto seguro no es fácil pues no todas las persona están dispuestas a dejar de lado la seguridad de un trabajo en una empresa establecida, los emprendedores se caracterizan por su valentía y decisión.
- Creatividad. La creación del concepto de una empresa no tiene que ser completamente innovadora, pero la capacidad de imaginar es una habilidad muy importante, la creatividad se complementa de un análisis del contexto, así como adquirir conocimientos objetivos de las necesidades actuales para impactar positivamente y transformar el entorno.
- Liderazgo. Aprender a dirigir un equipo, tener iniciativa y tomar decisiones son las responsabilidades adquiridas por el emprendedor que es quien está a la cabeza de un proyecto, es quien delega funciones y busca nuevas oportunidades.

- **Determinación.** Se requiere de una gran capacidad de trabajo durante la primera etapa ya que es una labor muy demandante, tener determinación y constancia son la fuerza que mantiene la idea firme.
- **Pasión.** Los emprendedores que inician nuevos proyectos son porque realmente disfrutan la labor que desempeñan ya que trabajar de manera independiente está cargado de una gran motivación más que un don o virtud, la pasión es el motor para alcanzar las metas que se trazaron desde el principio.
- **Confianza.** El desafío que representa un mundo competitivo hace que la confianza sea uno de los atributos indiscutibles que todo emprendedor debería tener para transmitir el entusiasmo a los miembros de la organización. También es importante en términos financieros ya sea para conseguir un crédito o para hacer una presentación convincente a posibles inversionistas depende de confiar en el proyecto.
- **Trabajo en equipo.** Los emprendedores deben entender que su trabajo consiste en funcionar como grupo, es una habilidad que conlleva el ser líder, el trabajo en equipo es una actitud grupal donde todos participan para alcanzar los objetivos.
- **Visión.** Es necesario competir en la economía global de mercado para tener una perspectiva a largo plazo, se debe analizar potencialmente las necesidades del mercado y comenzar un proyecto sustentable, es imprescindible contar con visión tanto a corto como a largo plazo, es decir tener las aptitudes necesarias para que un concepto funcione.
- **Hacer que las cosas sucedan.** Al final los resultados alcanzados es lo importante, hacer realidad las ideas transformándolas en empresas.

De acuerdo con Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares entre ellas:

- Compromiso total
- Capacidad para alcanzar metas
- Orientación a las metas y oportunidades

- Iniciativa y responsabilidad
- Persistencia en la solución de problemas
- Realismo
- Autoconfianza
- Altos niveles de energía
- Busca de retroalimentación
- Control interno alto
- Toma de riesgo calculado
- Baja necesidad de estatus y poder
- Integridad y confiabilidad
- Tolerancia al cambio

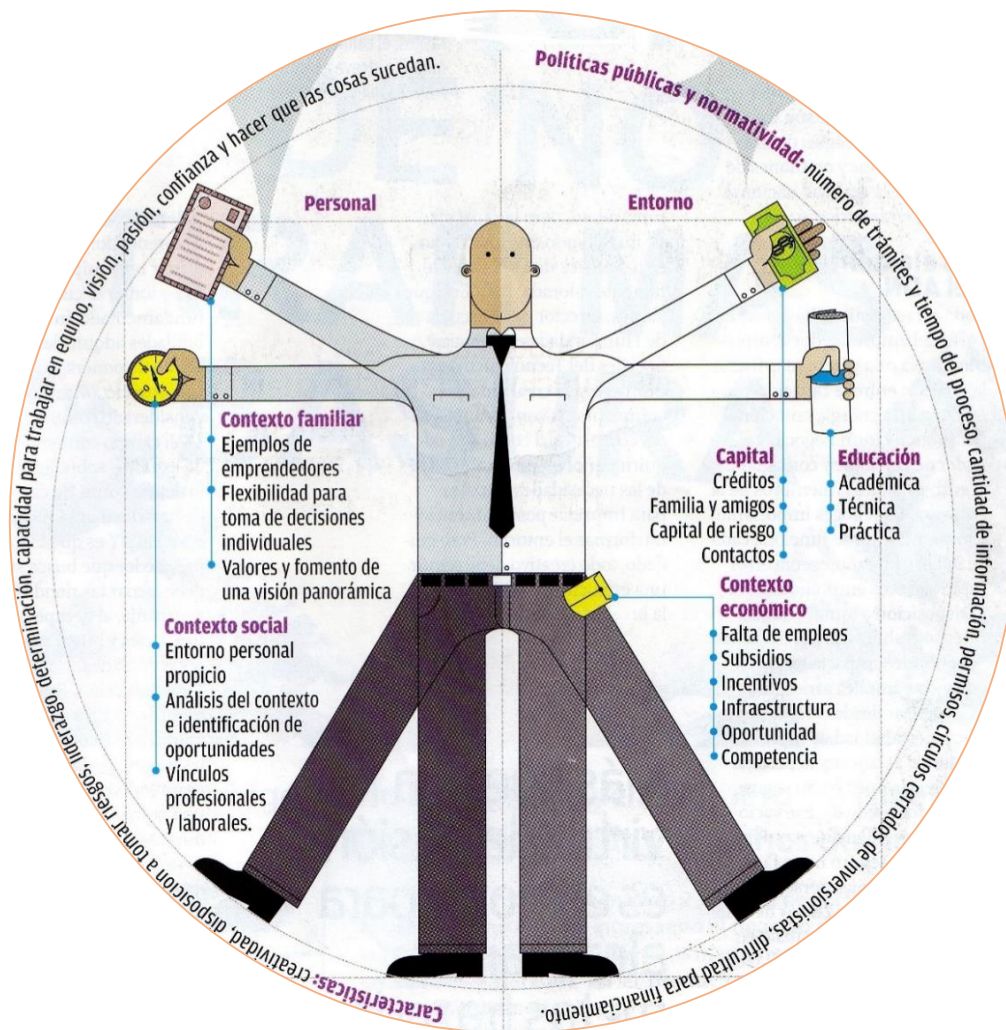


Ilustración. 2 Cualidades que definen a un emprendedor. Fuente: Revista Entrepreneur 2012.

5.1.4. Ventajas y desventajas de ser emprendedor

De acuerdo con Maximiano (2008), menciona que existen ventajas concretas en la creación y operación de un negocio propio. El emprendedor no tiene un jefe y depende de sus decisiones personales, puede experimentar nuevas ideas en su negocio, estimulado por su creatividad o por la competencia. No obstante también existen aspectos desfavorables, tales como convivir con la inestabilidad de los posibles cambios en el ambiente externo.

Algunas ventajas de acuerdo con (Maximiano, 2008) son:

- **Autonomía:** Es decir tener la independencia y libertad para tomar decisiones, la satisfacción de ser su propio jefe
- **Desafío:** El desafío de iniciar un negocio es una fuente de entusiasmo, desarrollar una idea en un negocio produce un gran sentimiento de realización. Además de que el éxito depende de su iniciativa en gran parte, fruto de su esfuerzo
- **Control financiero:** El control que se tiene sobre el negocio y sobre sus rendimientos, constituye otra ventaja importante, además de que no corre el riesgo de que lo despidan de un día a otro ni de ver su situación financiera desestructurada

Las desventajas de ser emprendedor de acuerdo con (Maximiano, 2008):

- **Sacrificio personal:** Al inicio del proceso de creación de una empresa un emprendedor trabaja largas jornadas y con frecuencia siete días a la semana. Por lo general no tienen tiempo para la familia, la diversión, y la reflexión personal. La actividad emprendedora muchas veces absorbe la vida del emprendedor, lo que a menudo afecta las relaciones familiares y genera un alto nivel de tensión. El emprendedor debe preguntarse cuanto está dispuesto a sacrificar para convertir aquello que ha emprendido en un éxito
- **Sobrecarga de responsabilidades:** El emprendedor tiene una carga de trabajo y responsabilidades distintas a las de los empleados asalariados. En las empresas, estos tienen compañeros que ocupan el mismo cargo con los

cuales pueden intercambiar información y ayudarse entre sí. No obstante el emprendedor sabe que está solo en la cumbre

- Margen de error pequeño: Muchas de las decisiones que toman los emprendedores resultan ser incorrectas y no lucrativas, lo cual perjudica los resultados del negocio. Sin embargo, las grandes empresas sobreviven porque cuentan con recursos financieros que pueden compensar las pérdidas. En los negocios pequeños o emergentes, una decisión equivocada puede llevar a la quiebra

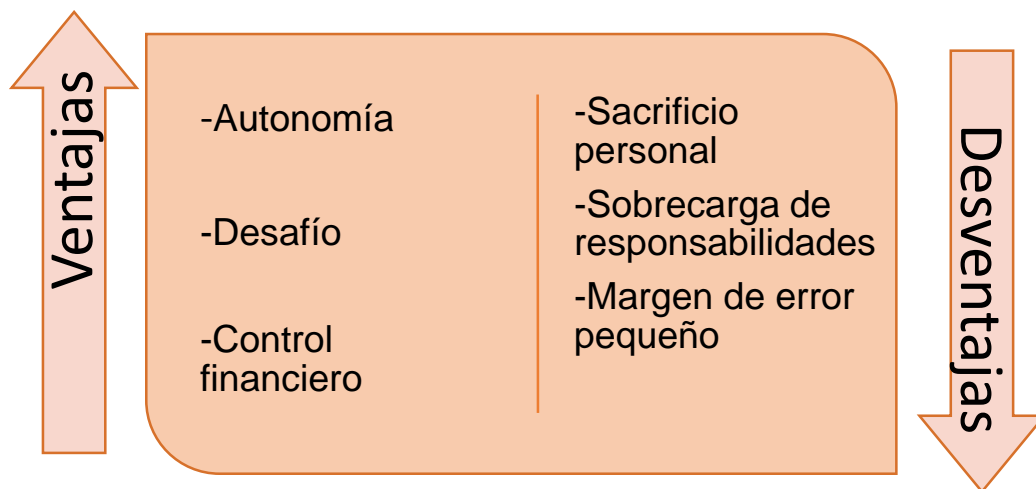


Ilustración 3. Ventajas y desventajas de la capacidad empresarial.

Fuente: Elaboración propia con datos de (Maximiano, 2008).

5.1.5. Programas de apoyo a los emprendedores

Durante las primeras etapas de su negocio, un emprendedor puede sentir una inmensa soledad frente al reto que tiene por delante, las estadísticas señalan que la falta de capacitación al arrancar una empresa provoca su cierre en el 80% de los casos después de los dos años. Por el contrario, cuando un emprendimiento se inicia con la asesoría adecuada, la tendencia se revierte (Fuentes, 2012).

Por esta razón es importante buscar ayuda cuando se tiene la intención de emprender. Pero también es importante que los emprendedores una vez que tienen en operación su negocio se acerquen a los expertos y a los diferentes programas

que ofrecen tanto el gobierno federal como la iniciativa privada para consolidarse y hacer que su empresa crezca.

Existen múltiples esquemas. Algunas instituciones pueden ayudar tanto si se tiene una idea y apenas empieza el proceso, a continuación se mencionan algunos programas de apoyo a emprendedores de acuerdo con (Fuentes, 2012).

- ✓ Jóvenes emprendedores: Es un programa de la secretaria de economía que promueve e impulsa el espíritu emprendedor y la cultura empresarial para la creación de más y mejores jóvenes emprendedores, empresas y empleos.
- ✓ Programa capital semilla: Su objetivo es facilitar el acceso al financiamiento a los proyectos de emprendedores que son técnica y financieramente viables pero que no tienen acceso al sistema bancario comercial.
Están enfocados a la etapa inicial con el que se puede financiar el 85% de los proyectos. Los recursos se destinan al desarrollo de un prototipo comercial, la elaboración de un plan de negocios, estudio de mercado y de factibilidad y la adquisición de maquinaria y equipo.
- ✓ Incubadoras de empresas: Estas organizaciones tienen como objetivo el impulso en la creación y desarrollo de las empresas en sus primeras etapas de vida. Dan apoyo a nuevos emprendedores tanto en aspectos de gestión empresarial, como en el acceso a instalaciones y recursos a bajo costo o nulo costo. Los servicios que ofrecen son: consultoría, asesoría y asistencia integral desde el desarrollo e implementación del plan de negocio hasta la creación e inicio de operaciones.
- ✓ Financiamiento para el emprendedor a través de la banca comercial: Es un programa piloto de la secretaria de economía que busca incentivar e inducir el otorgamiento de créditos por parte de la banca comercial de los emprendedores, participan cuatro bancos (BBVA) Bancomer, Santander, Banorte y HSBC que ofrecen créditos simples desde \$50,000 hasta \$1.5 millones, en función de si el proyecto es de negocios tradicionales, tecnología intermedia o de alta tecnología.

- ✓ Consultorías de negocio: Son despachos independientes especializados en desarrollo de negocios que cuentan con una metodología propia con la que apoya a los emprendedores en todas sus etapas, desde el proceso de pre-incubación hasta su aceleración. Su objetivo es guiar a los emprendedores en el proceso de operación, para llegar a esta fase es necesario contar con un plan de negocios y que la empresa esté constituida, concluir esta fase lleva de seis meses a dos años.

Sin embargo para poder acceder a estos programas de apoyo es necesario el compromiso total del emprendedor así como liderazgo para completar con éxito este proceso.

5.1.6. Liderazgos en el emprendedor

El líder es aquella persona que guía a uno o varios seguidores hacia la consecución de una visión, todas las personas que no se distinguen por ser líderes natos y deseen emprender un negocio, deberán aprender y desarrollar ciertas cualidades y conocimientos que conforman el perfil del líder de acuerdo con (Munch, 2007):

- Conocimientos tecnológicos. Es decir un conocimiento del área, de las funciones, del producto y servicio que de la empresa a dirigir o crear ya que de lo contrario difícilmente se podrá delegar autoridad o conseguir respeto y la motivación del personal, si no se domina el ámbito de trabajo donde se desarrolla la función directiva. Además de investigar y mantenerse constantemente actualizado, para mejorar la calidad en todas las áreas.
- Conocimientos administrativos. La aplicación de las técnicas y principios de administración es primordial, el líder sabe que la calidad empieza con la educación y termina con educación. La preparación administrativa incluye conocimientos de tipo humanístico para establecer el clima organizacional más adecuado, trabajar en equipo y relacionarse con el personal.
- Cualidades de personalidad de un líder emprendedor. Para que un emprendedor aprenda a ser un líder deberá desarrollar ciertas cualidades entre las que se encuentran:

1. Autocontrol. Consiste en el control de los impulsos, mantener la serenidad y actuar con objetividad para inspirar confianza a los subordinados
2. Seguridad en sí mismo. Esta cualidad implica la confianza en sí mismo la cual nace de la certeza del dominio propio y del conocimiento del área y de las situaciones que se van a dirigir. Obtener la confianza de los demás implica la confianza en sí mismo.
3. Iniciativa. Se refiere a tomar las decisiones adecuadas, resolver conflictos, y establecer un clima de trabajo que motive a la gente con el fin de facilitar el logro de los objetivos de la organización.
4. Sentido común. Es muy importante el sentido común del líder ya que es indispensable para delegar y ejecutar correctamente para adaptarse al cambio, para entender a los clientes, y el buen trato a su gente.
5. Optimismo. Se refiere a la capacidad de encontrar el lado positivo de todas situaciones para confiar en su futuro y en su gente para aprender de los fracasos y de los errores.

Una persona puede tener amplios conocimientos tecnológicos y administrativos empresariales, pero sino tiene la actitud o intención de emprendedor, no llevara a cabo alguna posible idea de negocio, de ahí la importancia de la actitud para emprender un negocio

5.1.7. Actitud emprendedora

Ajzen (1991, mencionado por Pabón 2011), menciona que la actitud es lo principal para que una persona cree una empresa, el emprendedor debe evaluar favorablemente la acción de crear su empresa, en segundo lugar tienen relación con las normas subjetivas que tienen que ver con la percepción que tiene el emprendedor de la necesidad para con la sociedad para llevar a cabo la creación o no de su empresa, por último es el control conductual en el que el emprendedor percibe sus destrezas y habilidades para la realización de su empresa. Cuando se tienen estos tres factores se produce la intención de crear la empresa.

Por su parte, Kirzner (1973 citado por Sergio, 2013), define la actitud emprendedora como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las

percepciones individuales, manifiesta que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades.

Krueger (2000, citado por Alejandro Valencia Urias, 2012, plantea que las conductas humanas tienden a ser inerciales y que, además de la intención de emprender, se requiere de la ocurrencia de un evento detonador (pérdida de un empleo, recibir una herencia, surgimiento de una idea novedosa) para que surja la conducta emprendedora, dando así origen a lo que se conoce como el modelo del evento emprendedor.

5.2 La administración y el proceso de creación de empresas

5.2.1 El proceso administrativo en la creación de una empresa

La creación de una empresa implica lo siguientes etapas de acuerdo con Munch (2007):

- Creación
- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

Etapas de Creación

En la etapa de creación debe definirse lo siguiente:

- Justificación de la empresa. Se debe describir la importancia de la existencia de la empresa, especificando la necesidad que satisface y los rendimientos a obtener.
- Nombre de la empresa. Es parte esencial, debe ser original, significativo, agradable, claro, y simple, y fácil de recordar.
- Giro o misión. Actividad que se va desarrollar y el tipo de empresa.

Etapas de Planeación

A través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se quiere dirigir la empresa, es indispensable iniciar con la misión, visión y los objetivos de la

empresa seguida de un análisis del entorno de las premisas externas e internas, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.

Mediante la planeación se responde a las preguntas:

¿Quiénes somos?

¿Qué queremos?

¿Hacia dónde nos dirigimos?

¿Cómo debemos hacerlo?

De esta forma se promueve la eficiencia de la planeación, se optimizan recursos, se reducen costos, y se incrementa la productividad de la empresa, al establecer claramente los resultados por alcanzar. La planeación termina con la elaboración del plan de negocios.

Etapas de Organización

La organización consiste en la determinación de los procesos, funciones, y responsabilidades, que permiten una óptima coordinación de los recursos y las actividades. El objetivo de la organización es simplificar el trabajo, coordinar y optimizar funciones y recursos es decir que las actividades y recursos se coordinen y utilicen de tal forma que resulte sencillo y fácil su manejo para quienes trabajan en la empresa y para la atención y satisfacción de los clientes (Munch, 2007).

Los procesos adecuados fomentan la eficiencia e iniciativa del personal y la rapidez en la consecución de los objetivos que se establecieron en la planeación. En esta etapa se definen las áreas funcionales, las estructuras, procesos y jerarquías para lograr los objetivos de la empresa, así como los sistemas y procedimientos para efectuar el trabajo, en esta etapa también se establecen los recursos necesarios para iniciar con la operación de la empresa y se realizan los trámites que deben efectuarse para la apertura que son los siguientes de acuerdo con (Munch, 2007):

- Acta constitutiva
- RFC
- Licencia de uso de suelo

- Licencia de funcionamiento
- Licencia sanitaria
- Seguridad y protección civil
- Permiso de la secretaria del medio ambiente
- Registro IMSS
- Registro INFONAVIT

La etapa de organización concluye cuando se han realizado todos los trámites, adquirido todos los recursos (financieros, materiales, humanos y tecnológicos.) y diseñado las estructuras y los procesos para iniciar la operación de la empresa (Munch, 2007).

Etapa de Dirección

Se refiere a guiar y conducir a los subordinados al logro de los objetivos mediante la integración, motivación, toma de decisiones, comunicación y liderazgo para la ejecución de lo planeado y organizado.

Etapa de Control

Esta etapa consiste en evaluar el logro de los resultados en relación con lo planeado mediante el establecimiento de estándares, medición y retroalimentación.

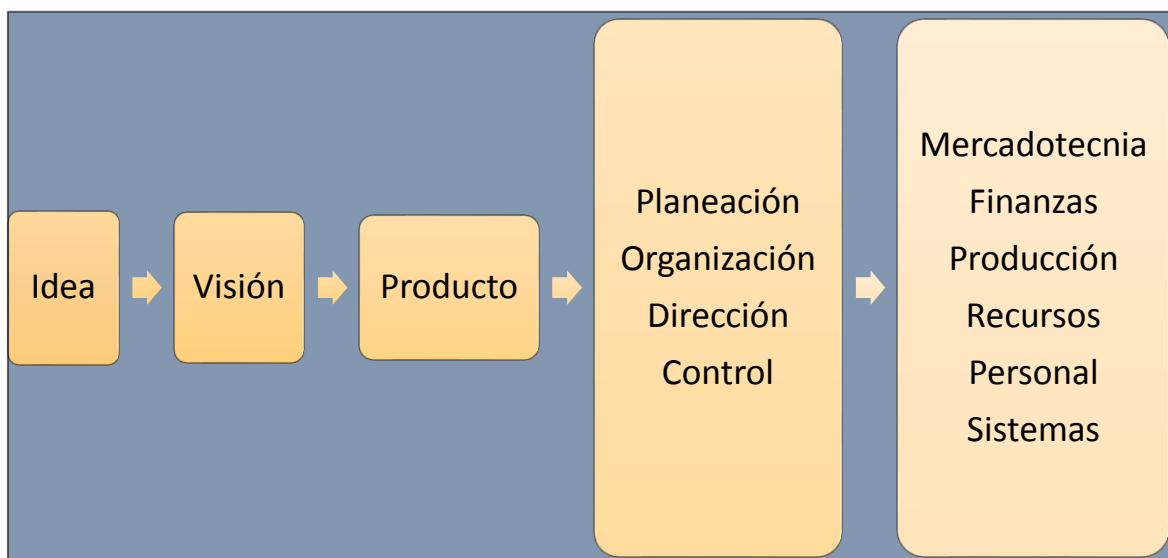


Ilustración 4. El proceso emprendedor. Fuente: Elaboración propia con datos de (Munch, 2007).

5.2.2. Espíritu emprendedor y el espíritu administrativo

El espíritu empresarial se refiere a la capacidad para iniciar y establecer una unidad económica-social para satisfacer las necesidades de la sociedad y está relacionado con la administración, ya que la consecución exitosa de los objetivos de la empresa depende de la administración (Maximiano, 2008).

En el inicio de una empresa, el emprendedor dedica gran parte de su tiempo a realizar las funciones de administrador y toma de decisiones, debe resolver problemas de producción, mercadotecnia, finanzas, y de personal, a medida que crece la empresa la necesidad de la administración es mayor en cada proceso, sin embargo no debe confundirse al empresario con el administrador ya que son totalmente diferentes, existen administradores que nunca han iniciado una empresa y emprendedores que desconocen las tecnologías administrativas. El espíritu emprendedor requiere una serie de competencias y habilidades que pueden ser desarrolladas con el tiempo (Maximiano, 2008).

Tabla 1. Características de un emprendedor y un administrador

| Emprendedor | Administrador |
|--------------------------------------|--|
| Asume y disfruta tomar riesgos. | No está dispuesto a arriesgar su capital. |
| Creatividad | Puede ser creativo o no. |
| Visión | Puede o no ser visionario. |
| Puede o no conocer la administración | Domina las técnicas y conocimientos de administración. |
| Iniciativa e innovación | Iniciativa e innovación. |
| Seguridad en sí mismo | Debe poseer seguridad en sí mismo. |
| Pasión por su negocio | Puede sentir o no pasión por la empresa. |

Fuente: Elaboración propia con datos de (Maximiano, 2008).

5.2.3. Beneficios del espíritu empresarial

Múltiples son las ventajas que se derivan del espíritu empresarial las dos más importantes de acuerdo con Maximiano (2008), son:

- ✓ Crecimiento económico. El espíritu empresarial promueve el desarrollo económico de la sociedad, ya que las empresas crean fuentes de trabajo, sustentan el gasto público a través del pago de impuestos y promueven inversiones, el espíritu emprendedor está basado en la convicción de que:
 - Una economía de iniciativa privada es la forma más eficiente de desarrollo económico.
 - La empresa privada responde a oportunidades de libre mercado
 - Los emprendedores incrementan la riqueza de la sociedad y mejoran la calidad de vida
- ✓ Productividad. La productividad tanto del país como de las organizaciones se origina precisamente en el espíritu emprendedor

5.2.4. Proceso para identificar una oportunidad de negocio

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, para emprender con éxito, E. Lerma Kinchner, y otros (2007), mencionan cinco pasos para identificar una oportunidad de negocio.

Paso 1.

El primer paso consiste en reflexionar y tener muy claro cuáles son sus cualidades, habilidades y limitaciones para identificar las áreas en las que podemos tener alguna ventaja competitiva como persona u organización. Ya que aquello que para una persona puede ser una oportunidad, dada su situación y características, para otra tal vez no lo sea.

Por eso es necesario realizar un análisis de nosotros mismos, describiendo nuestras características, habilidades, limitaciones, deseos, gustos e intereses a fin de dar dirección al esfuerzo de la generación de un negocio.

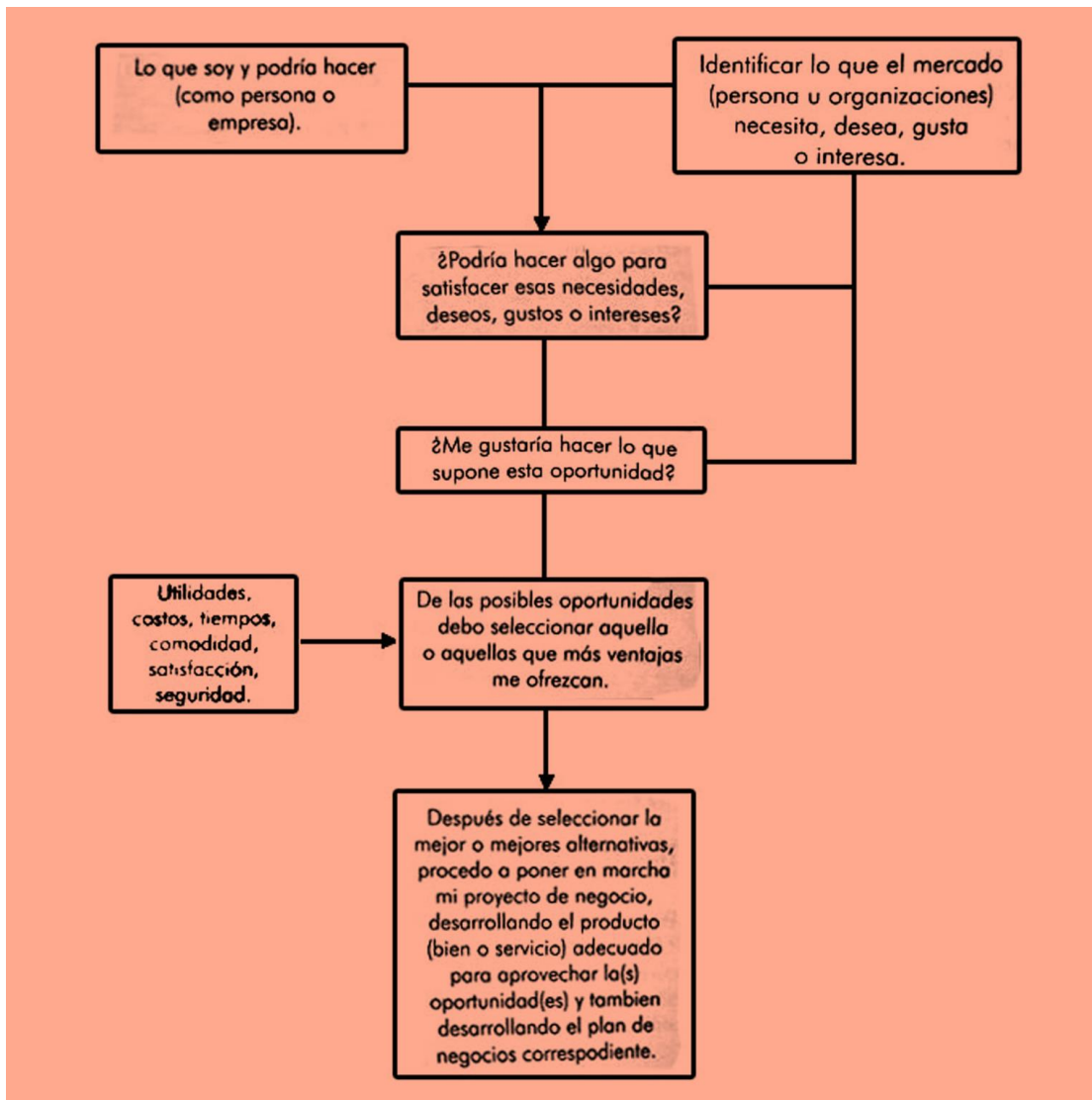


Ilustración 5. Proceso para identificar una oportunidad de negocio.

Fuente: Elaboración propia con datos de (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

Pasó 2.

Identificar lo que quieren los clientes potenciales: Consiste en identificar en el mercado aquello que los compradores necesitan, desean, les gusta o interesa adquirir, ya sea un bien, servicio, idea o la contratación de una persona, para tener esta información es necesario entrar en contacto con el mercado, las personas y las situaciones. Analizando y observando situaciones como:

- Reuniones con colegas, conocidos, amigos y familiares en las que, mediante el intercambio de ideas, para encontrar elementos y relaciones que le permitirán desarrollar un proyecto.
- Asistencia a diversos eventos tales como ferias comerciales, presentación de nuevos productos, demostraciones, cursos, seminarios y conferencias para contactar personas y empresas con ofertas o experiencias interesantes.
- Observar los negocios existentes es otra fuente valiosa para generar ideas sobre alternativas de negocio.

Paso 3

Analizar si está en posibilidades de hacer algo para capitalizar las ideas detectadas, combinando sus cualidades y habilidades. Para cada posible oportunidad deberá cuestionarse si cuenta con la capacidad económica y con los conocimientos y habilidades, además del perfil necesario para desarrollar las tareas y asumir las responsabilidades que supone optar por una alternativa determinada que cada oportunidad implica.

Puede ofrecer un producto disponible pero con mejoras apreciables por los clientes potenciales, tales como mejor calidad, más sencillez, atractivo, durabilidad, economía, modernidad o funcionalidad.

Paso 4

En este punto debemos preguntarnos si nos agrada realizar las acciones que supone aprovechar la oportunidad es decir, obtener satisfacción, estar motivado y querer hacer lo que se debe.

Para ser eficiente y lograr los objetivos se deben conjuntar tres verbos: saber, poder y querer.

- Saber o conocer. Lo que se requiere y la operación de lo que se debe hacer para obtener los resultados deseados.
- Poder. Contar con las capacidades y habilidades necesarias para hacer lo que se debe.

- Querer. Contar con la motivación y gusto por el trabajo que supone aprovechar la oportunidad de negocios, ya sea por medio del autoempleo o la creación de una empresa.

Paso 5

Comienza después de analizar y determinar una o varias de las oportunidades detectadas que usted pudiera o quisiera capitalizar. Deberá seleccionar con cual o cuales de ellas habrá de trabajar. Para ello colocara en la balanza las ventajas y desventajas que cada alternativa ofrece en función de utilidades, costo, tiempos, comodidad, satisfacción y seguridad.

Por lo que el desarrollo de un buen plan de negocios es fundamental para definir el concepto de negocio. Es necesario realizar un proceso de planeación que permita establecer el camino hacia el cumplimiento de los objetivos esperados

5.2.5. ¿Qué es un plan de negocios?

El plan de negocios es mapa del camino que una organización debe seguir para lograr el éxito. Este documento explica las respuestas a cuestiones medulares de la organización tales como: ¿Qué? ¿Por qué? ¿Dónde? ¿Cómo? Y ¿Cuándo? Se ha de ejecutar cada paso para lograr los objetivos establecidos (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

El plan de negocios analiza la situación actual, las fortalezas y debilidades propias, las de la competencia y las de la industria a fin de definir las rutas de acción que faciliten a la organización el aprovechamiento de las oportunidades y evitar, eliminar o reducir los riesgos previsibles en su camino hacia los fines que pretende.

El plan de negocios es el mejor instrumento para dirigir y evaluar la operación y la administración de una organización en la obtención de los resultados.

La sencillez o complejidad del plan de negocios está en función del tamaño y las características de la organización, se divide en cinco etapas para su desarrollo de acuerdo con (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

| |
|--|
| |
|--|

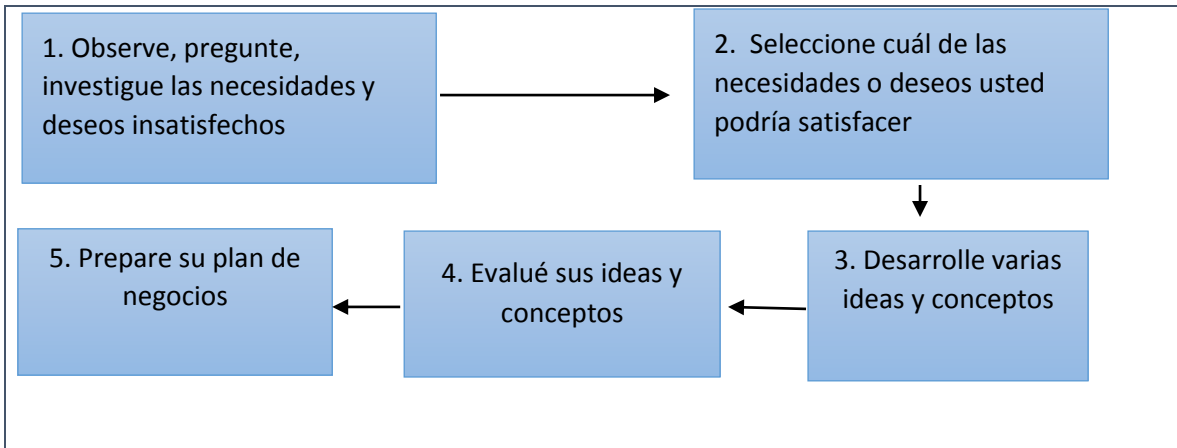


Ilustración 6. Las Cinco etapas en el desarrollo de un plan de negocios.

Fuente: Elaboración propia con datos de (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

5.2.6. Los cinco ingredientes elementales para todo negocio

Andrade (2007), menciona cinco aspectos básicos para garantizar la posibilidad de éxito a un negocio no lleva un orden ya que todo es necesario, pero el empresario tiene que saber cómo los mezcla, para obtener la empresa que él desea. Esta mezcla en cantidades y en orden, dependen del entorno y de las circunstancias en que la empresa se va a desenvolver y del nivel de desarrollo del empresario.

Los cinco aspectos básicos para todo negocio de acuerdo con (Andrade, 2007) son:

1. Conocimientos técnicos. El empresario debe disponer, por sí mismo o asociados o empleados, los conocimientos y habilidades que el negocio como tal le exige. Todo negocio implica una tecnología especial, y esta debe estar disponible al mejor nivel pues no solo va a brindar una ventaja competitiva sino que va permitir al empresario adecuarse mejor a todos los cambios del entorno, si el empresario no lo tiene es necesario que inicie un proceso de aprendizaje en negocios de similar tecnología. Muchas veces una formación educativa, o un empleo previo, o experiencias empresariales son la base para la conformación de este conocimiento.
2. Oportunidad. Es decir identificar y evaluar una oportunidad de negocio es decir la producción de un bien o la prestación de un servicio específico para

un mercado específico en una forma o momento dado, es una labor difícil y en la que el empresario se distingue del resto de las personas dado que el empresario es una persona que está atento a las oportunidades de negocio, indudablemente la existencia de una oportunidad de negocio clara y viable es requisito necesario para tener una posibilidad de éxito en el desarrollo de una nueva empresa. La oportunidad debe ser coincidente con los gustos, deseos, necesidades, expectativas y capacidades del mercado, además de estar en el lugar, en la hora y con la actitud necesaria, para aprovechar de la mejor manera la oportunidad de negocio que el mercado brinda.

3. Contactos personales: El éxito de todo negocio está asociado con las relaciones que la empresa tenga pues estas facilitan sustancialmente todas las etapas del proceso incluyendo la consecución de recursos físicos, de clientes, de tecnología y de ideas por lo que el empresario debe dedicar esfuerzos muy significativos en el desarrollo de contactos que puedan serle útiles en todos sus procesos empresariales.
4. Recursos: Todo negocio requiere una infraestructura para poder operar incluye recursos físicos (equipo, edificios, mobiliarios, maquinarias etc.), recursos financieros (capital de inversión para activos fijos, capital de trabajo, para gastos etc.) recursos productivos (materias primas, electricidad, agua, etc.) y la función del empresario es determinar las necesidades específicas de estos permitiendo disponer de estos recursos en la cantidad, calidad, momento y costo adecuado a las realidades y potencialidades del proyecto. La consecución de recursos no es fácil y aquí el componente de contactos es muy importante para facilitar la adquisición de ellos.
5. Clientes con pedido: El éxito de un negocio se da cuando los clientes potenciales se convierten en reales y colocan pedidos que retiran y pagan y vuelven a repetir el ciclo. El negocio para que tenga futuro requiere no solo de identificar todos los días nuevos clientes y nuevas necesidades de ellos

sino también mantener los clientes antiguos vender y cobrar son fundamentales pues de allí surge el flujo que dará vida al negocio. Estos cinco aspectos junto con las habilidades del empresario tienen que combinarse en proporciones correctas para las necesidades específicas de cada negocio, de lo contrario corre el riesgo de un fracaso empresarial.

Observando lo anterior se encuentra claramente que el emprendedor tiene que tener un concepto innovador para dar origen al producto o servicio en el que basará el desarrollo de su empresa.

5.2.7. Innovación

Innovación según Valdes (2009), es el arte de crear algo novedoso y original, colocarlo en un mercado y que el cliente esté dispuesto a pagar por ello. La innovación abarca desde el diseño de un nuevo producto o servicio hasta la forma de fabricarlo, distribuirlo, comercializarlo, venderlo e incluso, entregar un servicio posventa.

Creatividad, invención o innovación.

Estas tres palabras están en boca de científicos, investigadores y empresarios, Valdes (2009) las define de la siguiente manera.

Crear: Encontrar nuevas conexiones y nuevas relaciones entre distintos elementos.

Invención. Capacidad para concretar esas conexiones en un producto o servicio tangible y patentable.

Innovación. Capacidad para estructurar una idea y traducirla en un producto o servicio que tenga un impacto positivo en el mercado

Niveles de innovación

Existen básicamente tres niveles de innovación de acuerdo con (Valdes, 2009).

- ✓ **Innovación gradual:** Consiste en pequeñas o grandes mejoras que se hace a un producto o servicio, pero que no altera su concepto original. Un ejemplo de este tipo de innovación es el de la aparición del teléfono celular en el

mercado, se han presentado pequeñas mejoras, muy importantes como el uso de manos libres, reconocimiento de voz, comunicación por bluetooth, pero en el fondo no han modificado el concepto básico de lo que entendemos por un teléfono celular.

Una innovación gradual, no cambia sustancialmente el concepto original como lo haría una innovación conceptual.

Características de la innovación gradual

- Son percibidas por el consumidor, pero no cambia en esencia el concepto original.
- Pueden mantener nuevos elementos tecnológicos, pero no provocan un cambio trascendental.
- No presentan grandes barreras contra la imitación, por lo cual tienden a ser rápidamente copiadas e incluso superadas por la competencia.
- ✓ **Innovación conceptual:** Ocurre cuando el producto o servicio de un nivel superior, hace obsoleto al producto o servicio anterior.

Estas innovaciones se presentan cuando se presenta un nuevo concepto que modifica drásticamente el mapa de la competencia. Muchas de ellas son nuevas tecnologías que crean un nivel superior de competencia y modifican la percepción del consumidor.

Tabla 2. Innovación

| Concepto anterior | Concepto innovador |
|---|---|
| Sistema de recepción y envío de mensajes. | Teléfono celular. |
| Máquina de escribir. | Procesador de palabras. |
| Anteojos y lentes de contacto. | Corrección visual laser. |
| Sistema tradicional de fotografía y revelado. | Cámaras fotográficas digitales e impresión digital. |
| Envío de correo terrestre o aéreo. | Correo electrónico. |

| | |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Walkman. | iPod. |
| Compra de un disco compacto de música | Comprar música por internet. |

Elaboración propia con datos de (Valdes, 2009).

✓ **Innovación en el modelo de negocios**

Este nivel de innovación no se refiere a los productos y servicios que ofrece la empresa sino a como se estructura la empresa para ofrecer su propuesta de valor y competir en el mercado. No se trata de modificar sus productos y servicios sino de cambiar la visión que tiene del mercado

No basta con tener una idea creativa sino llevarla a la práctica y que satisfaga una necesidad y sea valorada por algún mercado de interés además de que debe de estar presente en aquellas empresas que quieran mantenerse competitivas.

Hay dos conceptos básicos para analizar este tipo de innovación, que son los siguientes.

- **Propuesta de valor:** Es el paquete de beneficios que la empresa le ofrece a su cliente por medio de un producto o servicio.
- **Modelo de negocios:** Es la manera en que se obtienen los ingresos a partir de lo que vende y en particular por lo que se generan ganancias y como se ofrecen beneficios. Este modelo determina cual o quien es el cliente, como se cubre el mercado, cual es la estrategia de mezcla de productos y servicios para garantizar la fidelidad de los clientes actuales y la consecución de otros nuevos.

5.3 Educación emprendedora

5.3.1. ¿Qué es educación emprendedora?

La educación emprendedora se orienta a brindar al niño, adolescente y al universitario, las capacidades e instrumentos para que se constituya en agente de desarrollo económico y social y supere las limitaciones que nos hemos impuesto.

Es un modo de pensar de cada persona, consta principalmente de la información o educación que se obtuvo en el pasado y que orientan a cada persona a desarrollar capacidades y habilidades para decidirse a crear su propia empresa (Perez, 2006).

La educación tiene la misión de permitir a todos sin excepción hacer fructificar todos sus talentos y todas sus capacidades de creación, lo que implica que cada uno debe responsabilizarse de sí mismo y realizar su proyecto personal, cumpliendo al servicio del desarrollo económico y social (Delors, 1996).

Delors (1996), menciona tres pilares de la educación que de alguna forma, proporcionan los elementos básicos para aprender a vivir juntos.

- Lo primero aprender a conocer: El mundo que nos rodea
- Aprender a hacer: Adquiriendo competencias que permitan hacer frente a numerosas situaciones
- Aprender a ser: Personas capaces de actuar responsablemente con autonomía y buen juicio con curiosidad y gusto por aprender

La creación y promoción de un comportamiento proactivo hacia el apoyo al emprendedor es responsabilidad de las universidades, de los padres y de las instituciones gubernamentales cuyo objetivo es promover la implantación de una cultura emprendedora así como la creación de una actitud proactiva hacia la cooperación en las actividades de apoyo al emprendedurismo (Perez, 2006).

Una de las actividades que son importantes que conozcan los emprendedores es el conocimiento financiero que se refiere a entidades financieras hasta posibles socios que estuvieran interesados en participar en la empresa, (Perez, 2006).

Por parte de la universidad sería el acceso a las incubadoras y servicios relacionados, ya que es importante para el aprendizaje mutuo además que conozcan el proceso que se tiene que llevar a cabo para la elaboración del plan de negocios que es muy importante para la materialización de una idea (Perez, 2006).

5.3.2. Importancia de la educación emprendedora para un país

Maximiano (2008), menciona que la educación emprendedora genera crecimiento económico, ya que las empresas crean fuentes de trabajo, sustentan el gasto público a través del pago de impuestos y promueven inversiones además de que incrementa la productividad tanto del país como de las organizaciones.

El país y las pequeñas y medianas empresas (PYMES) requieren desarrollar una nueva generación en cadena que dé espacio a los jóvenes y ciudadanos para recuperar el liderazgo de nuestro país y generar riqueza y desarrollo.

Requerimos un cambio para poder dar este salto cualitativo y cuantitativo, se requieren cambios sustanciales en la educación que no se vislumbran por ninguna parte (Perez, 2006).

Cuántas buenas ideas se pierden, por los múltiples y tardados trámites para la apertura de una empresa tales como burocráticos y financieros, así como también por la falta de conocimientos empresariales del emprendedor.

5.3.3. Barreras y obstáculos en el inicio de una empresa

El inicio de una empresa es un proceso arduo que implica afrontar retos y posibles obstáculos, los más importantes de acuerdo con (Munch, 2007) son:

- a) Personal: Se requiere constancia y perseverancia, salud física y mental para iniciar una empresa, el inicio implica sacrificio de tiempo y recursos económicos.
- b) Financieros: Muchas de las micro, pequeñas y medianas empresas carecen de suficiente capital de trabajo.
- c) Técnico y administrativas.
 - Carencia de conocimientos y técnicas administrativas para manejar la empresa.
 - Es necesario contar con la capacitación y experiencias necesarias para visualizar amenazas y oportunidades.
 - Se requiere asesoría en las áreas relacionadas con la empresa legal, producción, mercados, administrativa, financiera, personal y tecnológica.

- Es indispensable elaborar un plan de negocios.
 - d) Burocrático: Múltiples trámites y barreras de tipo administrativo en el sector público.
 - e) Económico: El entorno en ocasiones no es propicio para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) debido a que se tienen que enfrentar con las grandes empresas.
- Competencia desleal.

Así como existen obstáculos para el inicio de una empresa, también existen una serie de factores que influyen y motivan al emprendedor para crear su empresa.

5.3.4. Factores que determinan la actitud emprendedora

El emprendimiento es un elemento importante dentro el crecimiento económico de un país, de innovación y generación de nuevas fuentes de empleo es por eso que es tan importante que las universidades procuren el fomentar la creación de empresas innovadoras sin embargo en cada emprendedor hay diferentes razones por las que decidió crear su propia empresa. (Alejandro Valencia Urias, 2012)

El emprendimiento es una herramienta para el crecimiento de un país y no solo debe de ser un elemento a considerarse a corto plazo, sino una actitud constante para que se convierta en un instrumento de política Liñan (2010, citado por Alejandro Valencia Urias, 2012). Pero muchos se preguntan cuales fueron los elementos que influyeron en una persona para decidirse a crear su empresa ya que identificando dichos elementos sería más fácil el inculcar ese tipo de pensamientos en los estudiantes e integrarlos en los programas de estudio. Kuratko (2005, citado por Alejandro Valencia Urias, 2012), menciona que además de conocer los elementos de intención de los emprendedores se debe de conocer sus barreras para poder entender profundamente a los emprendedores.

México es un país con un número importante de emprendedores las cuales son indispensables para su crecimiento económico, y dado que se prevé que el 80% de las pymes actuales no sobrevivan se requiere de un cambio para poder disminuir el número de pymes que se pronostica que desaparezcan (Perez, 2006).

Daniel (1994), menciona algunos factores por los que una persona decide emprender:

Factores Motivacionales

- Necesidad de logro
- Necesidad de reconocimiento
- Necesidad de desarrollo personal
- Percepción del beneficio económico
- Necesidad de independencia
- Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
- Necesidad de escape, refugio o subsistencia
- Baja necesidad de poder y estatus

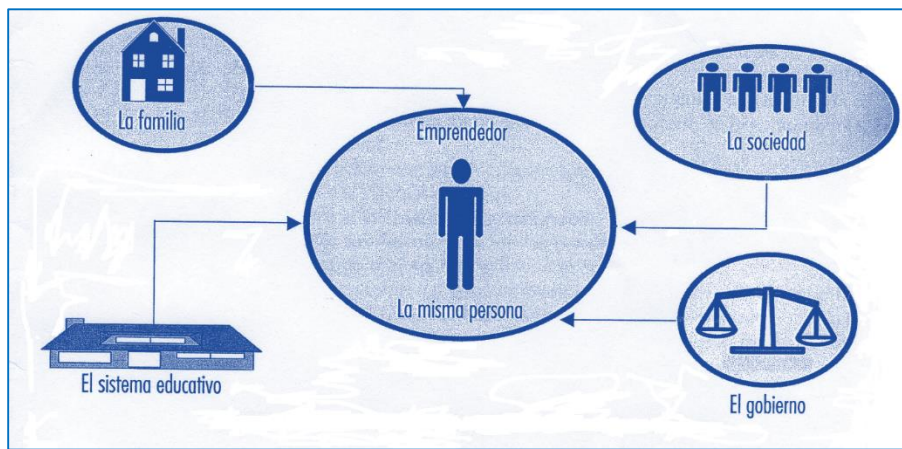


Ilustración 7. Factores que influyen en el surgimiento de emprendedores. Fuente: (E. Lerma Kinchner, y otros, 2007).

Factores académicos

La educación tradicional va creando formas de pensar en los alumnos que evita que los estudiantes miren y busquen otras posibilidades y analizar diversas situaciones desde otra perspectiva esto porque este tipo de educación ha puesto mayor énfasis en el aprendizaje concentrado solo en la retención de conocimientos (Perez, 2006).

El comportamiento del emprendedor debe de ser propositivo lo primero que deben hacer los estudiantes que quieren emprender es comprometerse a lograr el éxito y jugar a ganar

Eker T. H (2005), menciona que la conducta de los emprendedores se encuentra prescrita por sus intenciones que son un factor motivacional y son distintas en cada persona ya que se encuentran en las actitudes de cada emprendedor.

La educación para el emprendedurismo no solo debe ser considerada como una técnica para aquellos que han decidido ser emprendedores, sino tiene que convertirse en un instrumento de política para que existan más individuos que opten por la decisión de emprender Liñan, (2010 citado por Alejandro Valencia Urias, 2012)

Necesidad de logro

Mc Clelland (1971 citado por Pabón 2011), menciona que es un comportamiento que conlleva al individuo a seleccionar he insistir en acciones que implican un nivel superior y que pueda compararse consigo mismo a realizar actividades que exijan sus habilidades y competencias para llegar al éxito.

Patrón financiero

Patrón financiero o también llamado patrón del dinero es simplemente el modo de pensar o de ser de cada persona en relación con el dinero.

El patrón financiero está compuesto por una combinación de pensamientos, sentimientos y acciones en relación al dinero, los cuales son un factor para que una persona decida a crear su propia empresa el cual consta principalmente de educación e información que recibió cada persona en el pasado y especialmente de niño cuando se era todavía muy pequeño, recibida a través de los padres, hermanos, los amigos, profesores los medios de comunicación y la cultura en la que se desarrolló cada persona.

Eker T. H (2005), menciona la siguiente formula del patrón del dinero para los emprendedores.

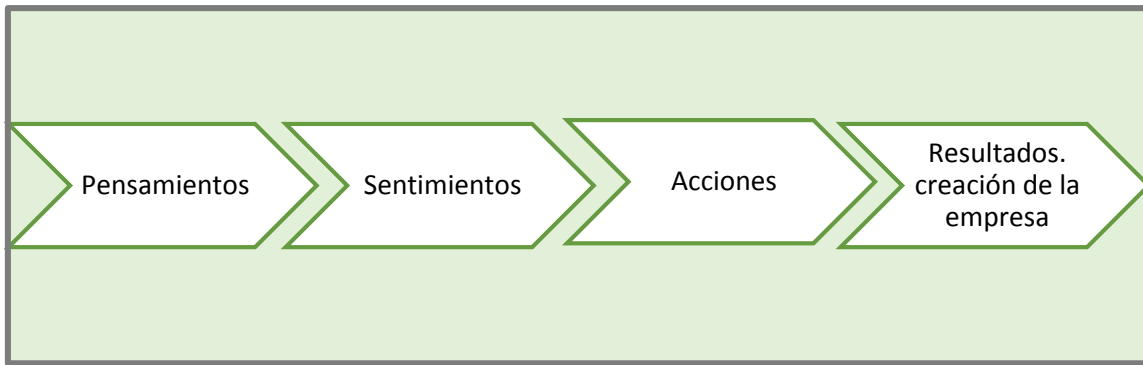


Ilustración 8. Patrón del dinero. Fuente. Elaboración propia con datos de (Eker, 2005).

Los pensamientos te llevan a sentimientos, los sentimientos a acciones y las acciones a resultados. En donde el resultado final es la creación de la empresa.

5.3.5 Fuentes de inspiración y casos de éxito

Dicen que el genio es uno por ciento inspiración y 99 por ciento transpiración, pero ¿Dónde, cuándo y cómo nos llega la inspiración? La respuesta es muy general. Puede ser de todos lados y en cualquier momento, siempre y cuando mantengamos la mente abierta para buscar nuevas posibilidades y encontrar nuevas conexiones (Valdes, 2009).

A continuación se enlistan algunas actividades y tareas que de acuerdo con Valdés (2009), pueden ayudarle a mejorar su capacidad creativa y por los tanto ayudarle a obtener ese uno por ciento de inspiración que se necesita para encontrar nuevas conexiones y posibilidades de negocio:

- Cambie sus rutinas diarias
- Aprenda a tocar algún instrumento musical
- Realice juegos de destreza mental
- Asista a congresos y seminarios muy distintos a los de su área de especialidad
- Pregunte o investigue el porqué de las cosas
- Atrévase a realizar actividades que siempre ha soñado hacer
- Viaje constantemente a lugares lejanos como, china, India o África

- Y lo más importante lea, lea, lea

Casos de éxito

Un estudiante universitario, Rodrigo Contreras, desesperado porque debe entregar un proyecto escolar para la creación de un nuevo negocio. Se sienta en un sillón prende la televisión y sintoniza la serie de los Simpson. En ese capítulo Homero, el protagonista consume varias botellas de Duff, su cerveza preferida en ese momento llega la inspiración para Rodrigo. Busca en internet si la famosa cerveza de la serie esta patentada y ¡Sorpresa! el nombre está libre. Por lo que patenta y empieza a fabricar y comercializar. La primera producción de 4800 botellas se vendió en una sola noche en la ciudad de Guadalajara, México. Las ventas crecieron y el inesperado boom llegó a Europa. Para finales del año 2007 había comercializado 730 000 entre España, Bélgica y Alemania... y todo surgió mientras veía a Homero Simpson consumir gustoso grandes cantidades de cerveza que, hasta entonces, solo existía en los dibujos animados (Valdes, 2009).

Un ejemplo más. Una persona llamada Win Ouboter a quien le gustaban los perros calientes (pan con salchicha) de un puesto callejero que se encontraba a 500 metros de su casa: demasiado lejos para ir caminando y muy cerca para ir en automóvil. Así que tomó una plancha de metal, le adaptó cuatro ruedas en la parte inferior y ajustó un mango a las ruedas delanteras, para poder dirigirlo.

En uno de esos momentos le llegó el uno por ciento de la inspiración que necesitaba y decidió aventurarse a producirlos industrialmente. Así nació el primer *scooter*, versión moderna de la tradicional patineta (Valdes, 2009).

5.3.6 Clasificación de las empresas

Por su tamaño

De acuerdo con Munch (2007), existen varios criterios para clasificar a las empresas por su tamaño, entre los que se encuentran la clasificación de acuerdo con el volumen de ventas, de producción, capital, y personal ocupado. A partir de estos criterios se determina el tamaño de la empresa, la cual puede ser micro, pequeña, mediana o grande.

El criterio más utilizado para definir el tamaño de la organización es por el número de empleados, considerando también el giro de la empresa.

Tabla 3. Clasificación de las empresas por su tamaño

| Tamaño | Sector | Rango de número de trabajadores | Rango de monto de ventas anuales (mdp) | Tope máx. combinado |
|----------------|----------------------|---------------------------------|--|---------------------|
| Micro | Todas | Hasta 10 | Hasta \$4 | 4.6 |
| Pequeña | Comercio | Desde 11 hasta 30 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 93 |
| | Industria y servicio | Desde 11 hasta 50 | Desde \$4.01 hasta \$100 | 95 |
| Mediana | Comercio | Desde 31 hasta 100 | Desde \$100.01 hasta \$250 | 235 |
| | Servicios | Desde 51 hasta 100 | | |
| | Industria | Desde 51 hasta 250 | Desde \$100.01 hasta \$250 | 250 |

Fuente: Elaboración propia con datos del Diario oficial de la federación 2013

✓ **Por su finalidad**

Dependiendo de la finalidad para la que fueron creadas y del origen de la aportación de capital y se clasifican en:

Públicas. Como su nombre lo indica, en las organizaciones públicas el capital pertenece al estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social y proporcionan servicios a la comunidad.

Privadas. En las empresas privadas el capital es propiedad de inversionistas y su finalidad es la obtención de utilidades. Dependiendo del origen del capital pueden ser:

✓ Nacionales.

Cuando los inversionistas son nacionales.

- ✓ Extranjeras y transnacionales.
Los inversionistas son de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen.
- ✓ Multinacionales: El capital pertenece a varios países.
- ✓ Globalizadas: Son empresas de carácter mundial.
- ✓ Controladoras: Un grupo de inversionistas maneja múltiples empresas de diversos giros aunque no tengan relación entre sí.
- ✓ Maquiladoras: Producen bienes para diversas organizaciones de diferentes propietarios que comercializan y le dan marca al producto.
- ✓ Franquicias: Son empresas que venden su marca y su know-how o forma de organización a inversionistas independientes.
- ✓ Familiares: Los socios de la empresa así como sus directivos son miembros de una familia; esta forma de organización es muy común en Latinoamérica y normalmente representan micro, pequeñas y medianas empresas.

✓ **Por su actividad económica**

Industriales Este tipo de empresas producen bienes mediante la transformación y extracción de materias primas, se clasifican en:

- a) **Extractivas:** Se dedican a la explotación de recursos naturales renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de organizaciones son las agropecuarias, madereras, mineras, petroleras, etcétera.
- b) **De transformación o manufactura:** Transforman las materias primas en productos terminados los cuales pueden ser:
 - Bienes de consumo. Sus productos satisfacen directamente las necesidades de consumidor por ejemplo, el calzado, los alimentos y el vestido, entre otros.
 - Bienes de producción. Cubren la demanda de las industrias de bienes de consumo final, por ejemplo, las maquinas, herramientas, materiales de construcción, los productos químicos, etcétera.

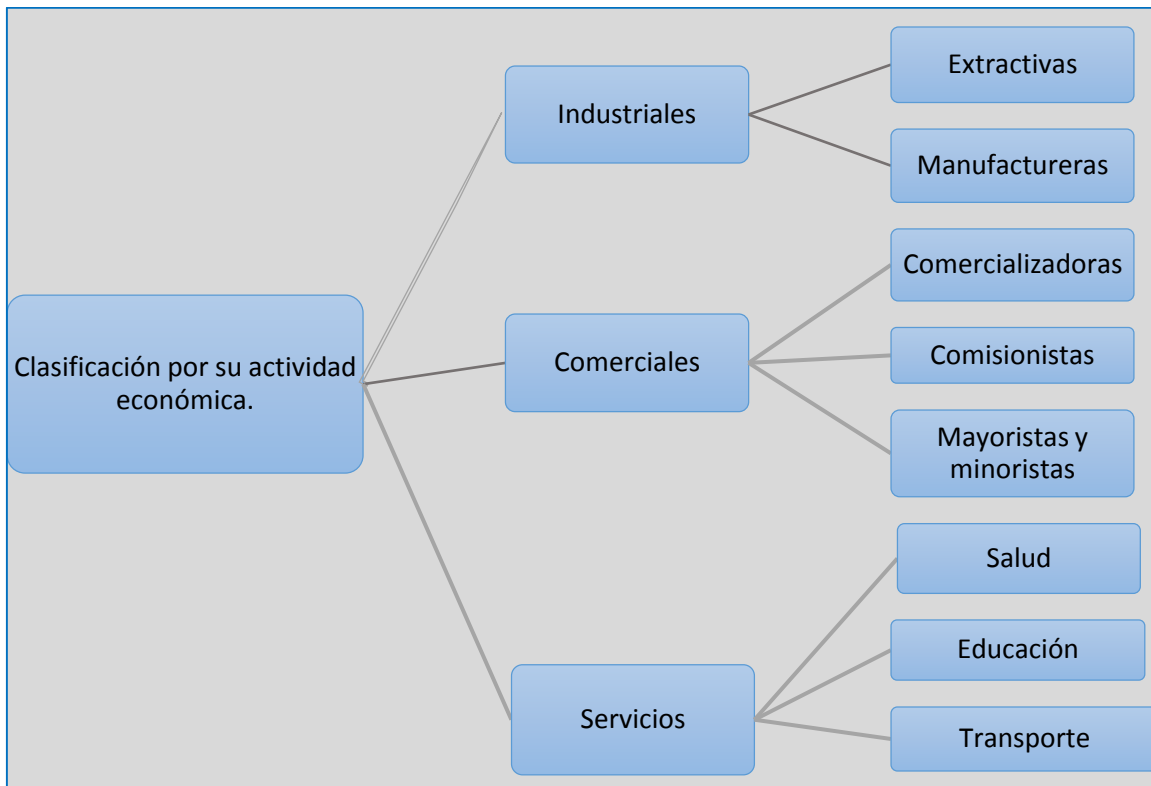


Ilustración 9. Clasificación de las empresas por su actividad económica.

Fuente: Elaboración propia con datos de Munch (2007).

✓ **Por su filosofía y valores.**

La filosofía de una empresa se refiere al conjunto de valores, compromisos y principios que orientan su actividad, la filosofía organizacional está relacionada con la cultura organizacional refiriéndose a esta última a la forma de vida o a la forma de ser de la empresa y está integrada por (estructuras, procesos, políticas, etcétera.)

De acuerdo con su filosofía y compromiso con la sociedad las empresas pueden ser:

- Lucrativas. Cuando su finalidad es obtener rendimientos y utilidades financieras.
- No lucrativas. Tienen como fin último el bienestar social y no persiguen ningún tipo de lucro, por ejemplo las beneficencias y asociaciones.

En relación con su filosofía y cultura organizacional las empresas pueden ser orgánicas u orientadas al cliente, tradicionales o mecanicistas.

✓ Por su régimen jurídico

En relación con la constitución legal de la empresa, existen diversos tipos de personas morales o sociedades, cuyas características se contemplan en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

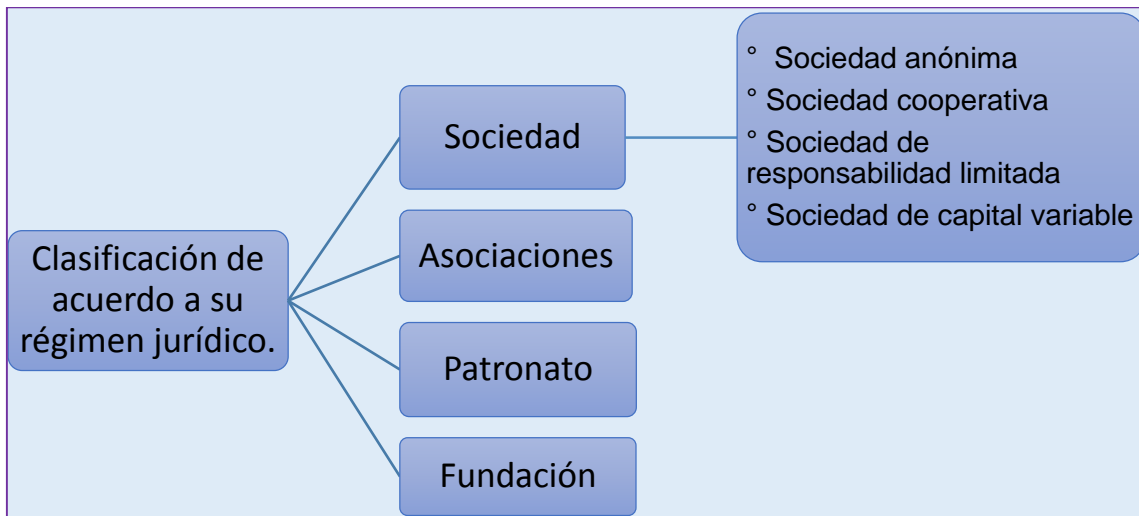


Ilustración 10. . Clasificación de las empresas por su régimen jurídico
Fuente: Elaboración propia con datos de (Munch, 2007).

➤ Tipos de empresas

Elegir el tipo de empresa significa definir el formato de la actividad emprendedora, puede ser una empresa propia o una alternativa. Maximiano (2008), menciona las principales posibilidades que son:

- **Empresa tradicional:** Es una entidad económico-administrativa con una finalidad económica es decir tiene como objetivo tener ganancias, por medio de las actividades de transformación o suministro de bienes y servicios, como el comercio, la agricultura, transporte, turismo, educación, etcétera.

- **Empresa familiar:** Es una iniciativa que tiene como objetivo mejorar las condiciones socioeconómicas de una familia. Se forma entre los integrantes de la familia y se dividen las tareas y los beneficios. Uno de los aspectos importantes en este tipo de empresas es lograr una eficiente transición en la segunda o tercera transición ya que muchas veces en este proceso se causa la disolución del negocio.

- **Franquicia:** Es el sistema por el cual un franquiciante cede a un franquiciatario el derecho de uso de la marca o patente, y el derecho de comercialización exclusiva o semiexclusiva de productos o servicios. Eventualmente el franquiciante también cede al franquiciatario el derecho de uso de la tecnología y la administración del negocio. El franquiciante es el tenedor de la marca y del método de trabajo que otorga en licencia a terceros. El franquiciatario es la persona jurídica o física que adquiere el derecho de uso de la marca o métodos de trabajo por medio de un pago inicial o mensual.

6. Metodología

El enfoque de la investigación fue cualitativo ya que se evaluaron y analizaron variables de carácter nominal con respecto a las actitudes y aptitudes de emprendedurismo en los estudiantes de la licenciatura en Administración. Se definieron las variables y se establecieron las etapas metodológicas de la investigación.

La investigación fue descriptiva ya que se analizaron los factores que influyen en los universitarios para tener una actitud emprendedora, así como los mecanismos que se requieren para fomentar dicha actitud de emprendimiento., así mismo se utilizó el método deductivo con la finalidad de abordar las ideas generales para llegar a explicaciones concretas sobre los factores que influyen en los estudiantes para que sean emprendedores de negocios.

Las fuentes de información fueron primarias y secundarias, a través del análisis de documentos, a la vez que se realizó una encuesta a los alumnos de la licenciatura en administración del Centro Universitario UAEM Texcoco.

Este trabajo consistió en medir las actitudes emprendedoras en dos momentos diferentes. El primer momento fue a los alumnos de primer ingreso y el segundo momento se realizó a los alumnos de octavo semestre, para determinar que tanto el Centro Universitario UAEM Texcoco ha fomentado el emprendedurismo en los estudiantes y al finalizar dicho análisis, poder inferir si las estrategias de fomento al emprendedurismo por parte de las autoridades del Centro Universitario y la Academia, han sido del todo exitosas.

Se expusieron casos sobre emprendedores que crearon su empresa y se expresaron los factores que tuvieron relación con la creación de su empresa, aportando casos reales para inspirar a los alumnos a crear su propia empresa

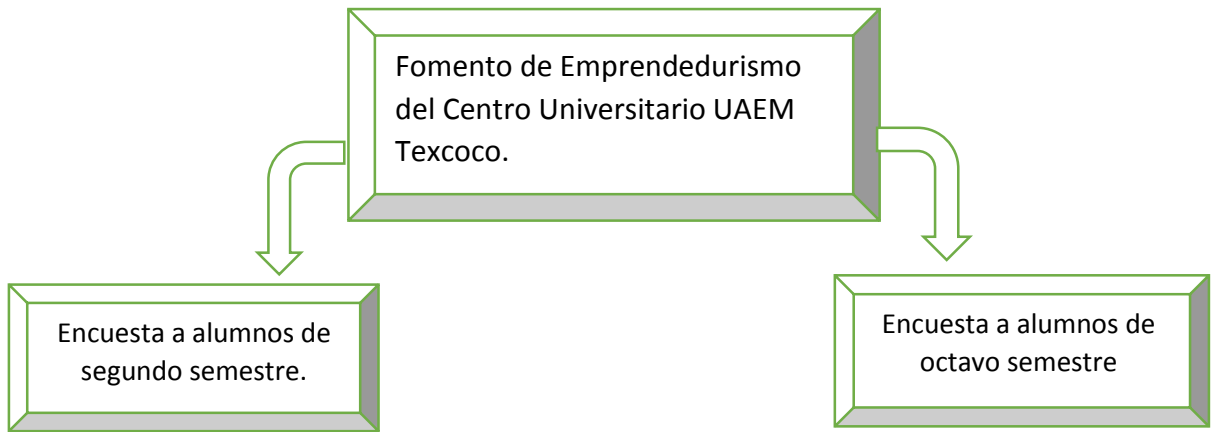


Ilustración 11. Momentos de la investigación. Fuente: Elaboración propia, 2015.

6.1 Trabajo de campo

El centro universitario UAEM Texcoco cuenta con 3 facultades:

1. Facultades de ciencias económico administrativas.
 - Licenciatura en administración.
 - Licenciatura en contaduría.
 - Licenciatura en economía.
2. Facultades de ciencias exactas.
 - Ingeniería en computación.
 - Licenciatura en informática administrativa.
3. Facultades de ciencias sociales
 - Licenciatura en turismo.
 - Licenciatura en ciencias políticas
 - Licenciatura en derecho.

Se estudió la licenciatura en Administración dado que es la carrera que está más relacionada con la creación de empresas, los semestres seleccionados son segundo y octavo para hacer un comparativo y determinar si el emprendedurismo en los alumnos de octavo semestre es mayor que los de primer semestre, y determinar si la educación recibida los motiva para poder crear su empresa.

La fuente de información fue de tipo primaria es decir, se obtuvo mediante una encuesta con el objetivo de hacer el comparativo entre ambos semestres, la encuesta no incluyo preguntas directas, sino de opción múltiple y de fácil lectura.

Primer momento de Estudio

Este momento se refiere a la aplicación de una encuesta a los alumnos de segundo semestre de la licenciatura en administración del Centro Universitario UAEM Texcoco.

Este apartado tuvo los siguientes momentos de diagnóstico:

Momento 1. Diagnóstico para conocer si los estudiantes de segundo semestre cuentan con algunas de las cualidades que definen a un emprendedor de acuerdo a la literatura.

Momento 2. Diagnóstico para conocer en qué medida los alumnos de segundo semestre poseen las habilidades con que debe contar un emprendedor de acuerdo con la literatura referida anteriormente.

Momento 3. Diagnóstico para conocer en qué medida los alumnos de segundo semestre poseen los conocimientos administrativos necesarios para emprender un proyecto.

Momento 4. Diagnóstico para conocer cuáles son las barreras y obstáculos de los alumnos de segundo semestre para emprender un negocio.

Momento 5. Diagnóstico para conocer si los alumnos de segundo semestre tienen alguna idea para crear, inventar o innovar algún producto o servicio.

Momento 6. Diagnóstico para entender cuáles son los beneficios y obstáculos de los emprendedores y saber si los alumnos de segundo semestre comparten esa idea.

Segundo momento de Estudio.

Este momento se refiere a la aplicación de una encuesta a los alumnos de octavo semestre de la Licenciatura en Administración del Centro Universitario UAEM Texcoco para determinar si el emprendedurismo en los alumnos de octavo semestre es mayor que los de segundo semestre, y determinar si la educación recibida los motiva para poder crear su empresa.

Este apartado tuvo los siguientes momentos de diagnóstico:

Momento 1. Diagnóstico para conocer si los estudiantes de octavo semestre cuentan con algunas de las cualidades que definen a un emprendedor de acuerdo a la literatura.

Momento 2. Diagnóstico para saber en qué medida los alumnos de octavo semestre poseen las habilidades con que debe contar un emprendedor.

Momento 3. Diagnóstico para saber si los alumnos de octavo semestre poseen los conocimientos administrativos necesarios para emprender un proyecto y determinar si la universidad fomenta una actitud emprendedora.

Momento 4. Diagnóstico para determinar las barreras y obstáculos que enfrentan los alumnos de octavo semestre para emprender un negocio.

Momento 5. Diagnóstico para conocer si los alumnos de octavo semestre desarrollaron durante su estancia en la universidad alguna idea de negocio para crear algún producto o servicio.

Momento 6. Diagnóstico para entender cuáles son los beneficios y obstáculos de los emprendedores y saber si los alumnos de octavo semestre comparten esa idea.

6.2 Variables a analizar en los dos momentos del estudio.

Tabla 4. Variables a analizar

| Variable | Indicadores de medición | Ítems (Preguntas) |
|-----------------------------|-----------------------------|--|
| Cualidades del emprendedor. | Disposición a tomar riesgos | ¿El miedo al fracaso me detendría para iniciar una nueva empresa? |
| | Creatividad | ¿Has detectado alguna necesidad en tu localidad? |
| | Liderazgo | ¿Te considera capaz para dirigir un grupo de trabajo? ¿Mi habilidad para tomar decisiones es? |
| | Determinación | ¿Estaría dispuesto a trabajar de manera independiente sabiendo que esto significa que aumentan las exigencias laborales? |
| | Pasión | ¿Cuál es su preferencia laboral a futuro? |

| | | |
|--|-----------------------------|---|
| | Confianza | ¿Pensó continuamente en crear su propio emprendimiento? |
| | Trabajo en equipo | ¿Su habilidad para trabajar en equipo es? |
| | Visión | ¿Su capacidad para analizar las necesidades del mercado es? |
| | Hacer que las cosas sucedan | ¿Teniendo una idea de negocio estaría dispuesto a llevarlo a cabo? |
| Conocimiento del proceso administrativo | Creación | ¿Conoce el proceso para la elaboración de un plan de negocios? |
| | Planeación | ¿Sabe elaborar un análisis FODA? |
| | Organización | ¿Conoce los trámites que una empresa de nueva creación debe hacer? |
| | Dirección | ¿Considero que mi habilidad para dirigir a un grupo de trabajo al logro de objetivos es? |
| | Control | ¿Tiene la habilidad para evaluar si el logro de resultados se cumplió? |
| Barreras y obstáculos en el emprendimiento | Personal | ¿Estaría dispuesto a sacrificio de tiempo y recursos económicos para la creación de su empresa? |
| | Financieros | ¿Cree que la obtención de recursos sería un obstáculo para la apertura de una empresa? |
| | Técnicos y administrativos | ¿La falta de experiencia y capacitación son la causa por la que muchas empresas fracasan? |

| | | |
|----------------------------------|---------------------------------|---|
| | Burocrático | ¿Ha realizado algún trámite para la apertura de una empresa? |
| | Económico | ¿Cree que las Pymes fracasan por que se tienen que enfrentar con las grandes empresas? |
| Innovación | Creación | ¿Ha pensado en mejorar o complementar algún producto o servicio existente? |
| | Invención | ¿Ha pensado en una forma nueva de satisfacer una necesidad? |
| | Innovación | ¿Ha pensado en crear algún producto novedoso y original? |
| Beneficios del emprendedurismo | Autonomía | ¿Le gustaría crear su propia empresa para ser su propio jefe? |
| | Desafío | ¿Alguna vez inicio efectivamente un emprendimiento? |
| | Control financiero | ¿Por qué razón elegiría crear su propia empresa? |
| Dificultades del emprendedurismo | Sacrificio personal | ¿Estarías dispuesto a dedicarte de tiempo completo a la creación de tu empresa? |
| | Sobrecarga de responsabilidades | ¿Estarías dispuesto a llevar a cabo todo el proceso de creación de una empresa? |
| | Margen de error pequeño | ¿Está dispuesto a correr el riesgo de tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto? |

Fuente: Elaboración propia, con datos del marco teórico.

Por lo anterior se aplicará la siguiente encuesta para el primer y segundo momento:

| |
|--|
| 10. ¿Teniendo una idea de negocio estaría dispuesto a llevarlo a cabo? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 11. ¿Conoce el proceso para la elaboración de un plan de negocios? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Mucho |
| 12. ¿Sabe elaborar un análisis FODA? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No |
| 13. ¿Conoce los trámites que una empresa de nueva creación debe cumplir? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Mucho |
| 14. ¿Considero que mi habilidad para dirigir a un grupo de trabajo al logro de objetivos es? <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Regular |
| 15. ¿Estaría dispuesto a sacrificio de tiempo y recursos económicos para la creación de su empresa? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 16. ¿Cree que la obtención de recursos sería un obstáculo para la apertura de una empresa? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 17. ¿La falta de experiencia y capacitación son la causa por la que muchas empresas fracasan? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 18. ¿Ha realizado algún trámite para la apertura de una empresa? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 19. ¿Cree que las Pymes fracasan porque se tienen que enfrentar con las grandes empresas? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 20. ¿Ha pensado en mejorar o complementar algún producto o servicio existente? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Mucho |
| 21. ¿Ha pensado en una forma nueva de satisfacer una necesidad? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Mucho |
| 22. ¿Ha pensado en crear algún producto novedoso y original? <input type="checkbox"/> Nada <input type="checkbox"/> Algo <input type="checkbox"/> Mucho |
| 23. ¿Le gustaría crear su propia empresa para ser su propio jefe? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 24. ¿Alguna vez inicio efectivamente un emprendimiento? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No |
| 25. ¿Por qué razón elegiría crear su propia empresa? <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

| | |
|---|-----------------------------|
| Estabilidad Financiera | Satisfacer una necesidad |
| <input type="checkbox"/> Ser su propio jefe | |
| 26. ¿Estarías dispuesto a dedicarte de tiempo completo a la creación de tu empresa? | |
| <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No |
| 27. ¿Estarías dispuesto a llevar a cabo todo el proceso de creación de una empresa? | |
| <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No |
| 28. ¿Está dispuesto a correr el riesgo de tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto? | |
| <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No |

Fuente: Elaboración propia con datos del marco teórico, 2015.

7. Resultados

Procesamiento y análisis de datos

Los datos procesados y su análisis se presentan estructurados en 6 grupos de estudio:

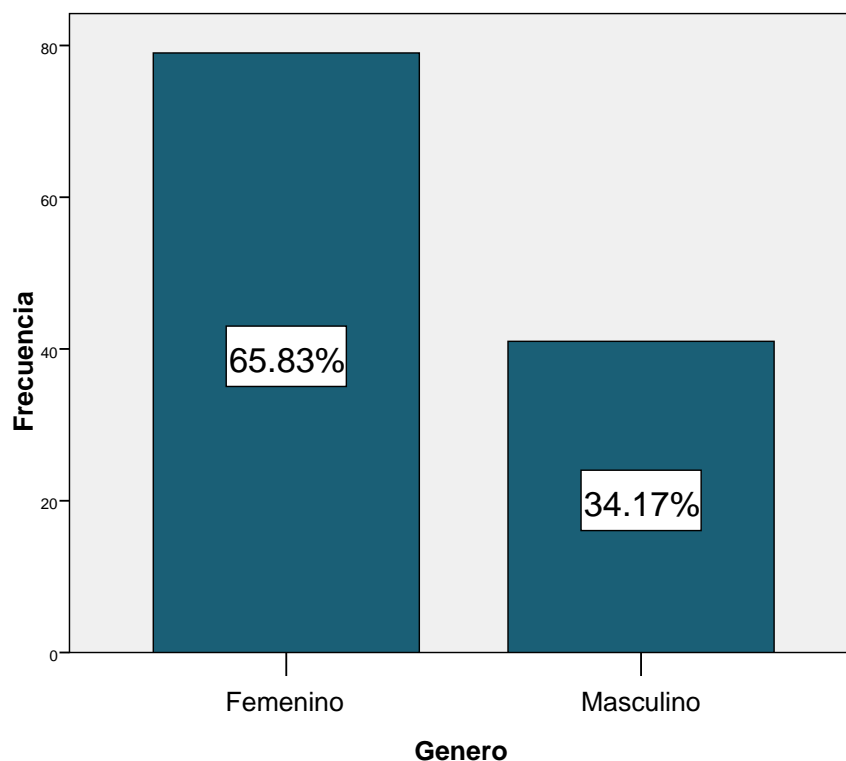
- a) Cualidades del emprendedor
- b) Conocimientos administrativos del emprendedor
- c) Barreras y obstáculos del emprendedor
- d) Innovación
- e) Beneficios del emprendedurismo
- f) Dificultades del emprendedurismo

Estos seis grupos se analizaron por separado y se realizó un estudio comparativo entre segundo y octavo semestre.

Tabla 6. Género de los encuestados en los dos momentos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido |
|---------|-----------|------------|------------|-------------------|
| Válidos | Femenino | 79 | 65.8 | 65.8 |
| | Masculino | 41 | 34.2 | 34.2 |
| | Total | 120 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia, con datos de campo, 2015.

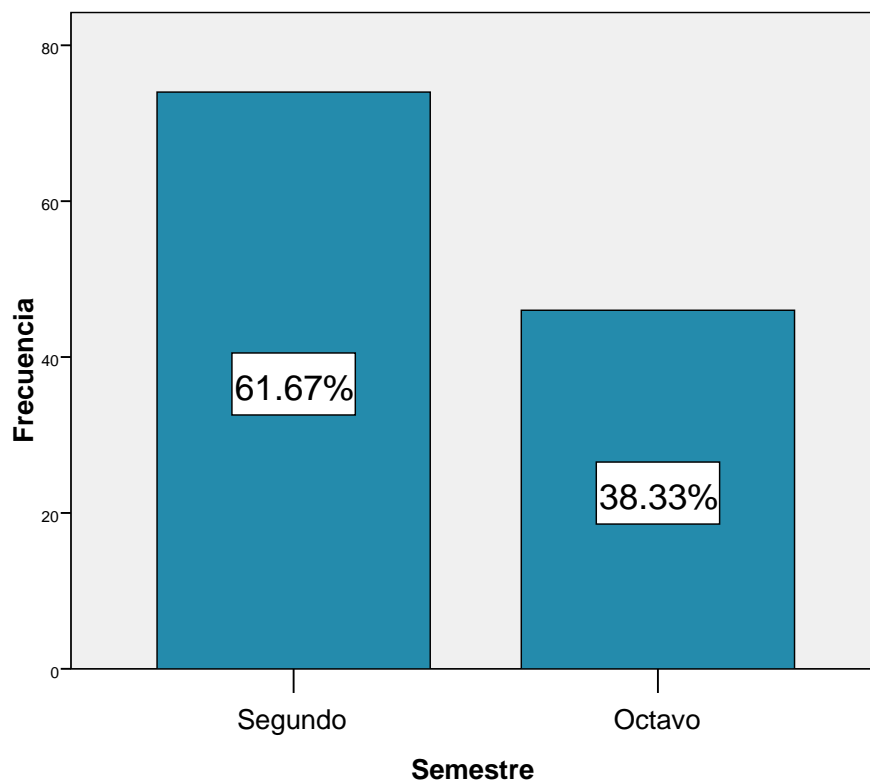


Grafica 1. Género de los encuestados. Fuente: Elaboración propia, con datos de campo, 2015.

Tabla 7. Semestre de los encuestados en los dos momentos

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido |
|---------|---------|------------|------------|-------------------|
| Válidos | Segundo | 74 | 61.7 | 61.7 |
| | Octavo | 46 | 38.3 | 38.3 |
| | Total | 120 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia, con datos de campo, 2015.



Grafica 2. Semestre cursado de los encuestados. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

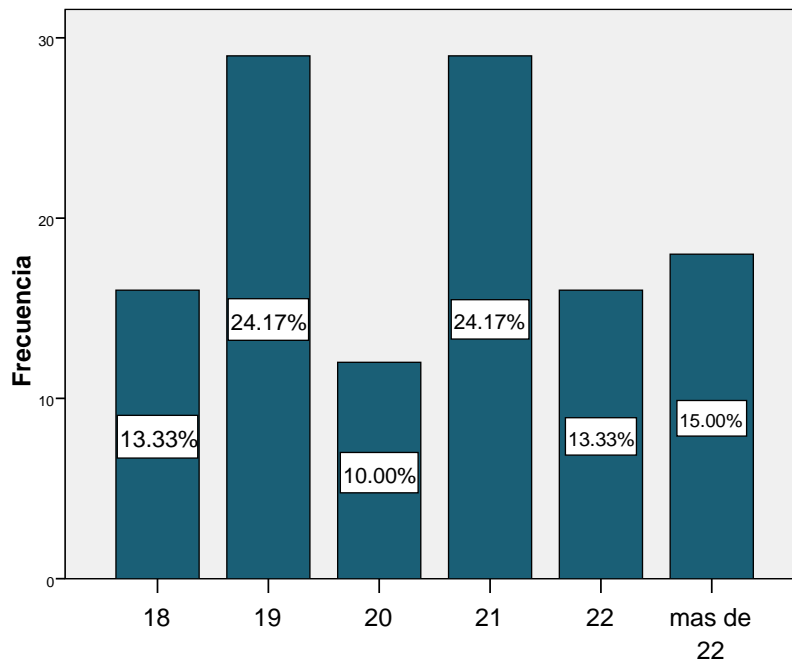
Tabla 8. . Edad de los encuestados en los dos momentos

Edad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido |
|------------|------------|------------|-------------------|
| Válidos 18 | 16 | 13.3 | 13.3 |
| 19 | 29 | 24.2 | 24.2 |
| 20 | 12 | 10.0 | 10.0 |
| 21 | 29 | 24.2 | 24.2 |
| 22 | 16 | 13.3 | 13.3 |
| más de 22 | 18 | 15.0 | 15.0 |
| Total | 120 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Edad



Grafica 3. Edad de los encuestados. Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Se observa que del total de 120 alumnos encuestados el 65.83% son mujeres y el 34.17% son hombres y en cuanto al rango de edad de ambos semestres es de entre 19 y 21 años lo que equivale al 24.17% para ambas edades y de estos, los alumnos de segundo semestre representan el 61.7% mientras que los de octavo semestre representan el 38.3% restante.

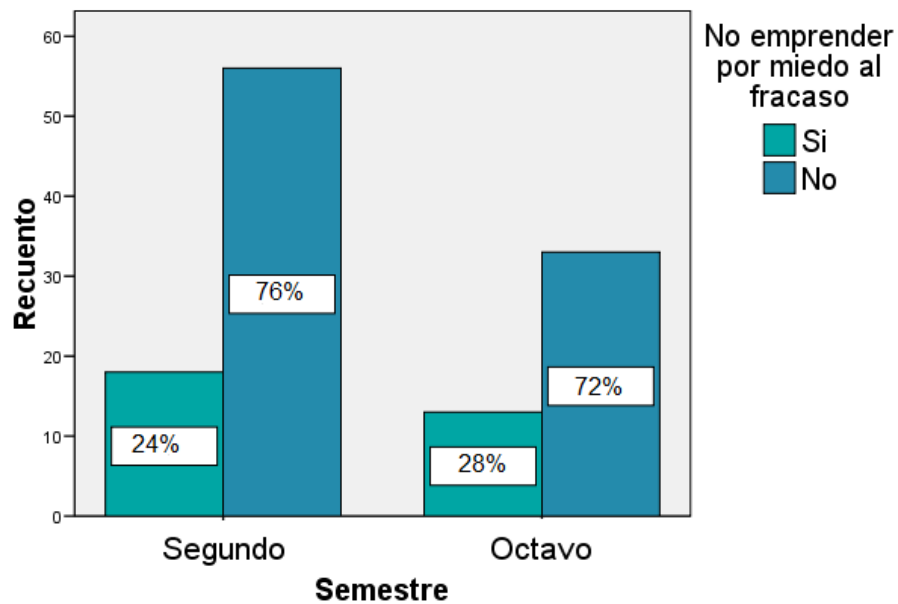
a) Habilidades del emprendedor

Tabla 9. Disposición a tomar riesgos

Recuento

| Disposición a tomar riesgos | | No emprender por miedo al fracaso | | Total |
|-----------------------------|---------|-----------------------------------|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 18 | 56 | 74 |
| | Octavo | 13 | 33 | 46 |
| Total | | 31 | 89 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 4. No emprender por miedo al fracaso.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Como se observa en la gráfica 4, el 76% de los alumnos de segundo semestre contestaron negativamente al cuestionamiento de no emprender por miedo, con un 72% los alumnos de octavo semestre también contestaron negativamente a dicho cuestionamiento. Por lo cual se puede inferir que los alumnos de LAM tienen la inquietud de generar negocios desde el principio de la licenciatura.

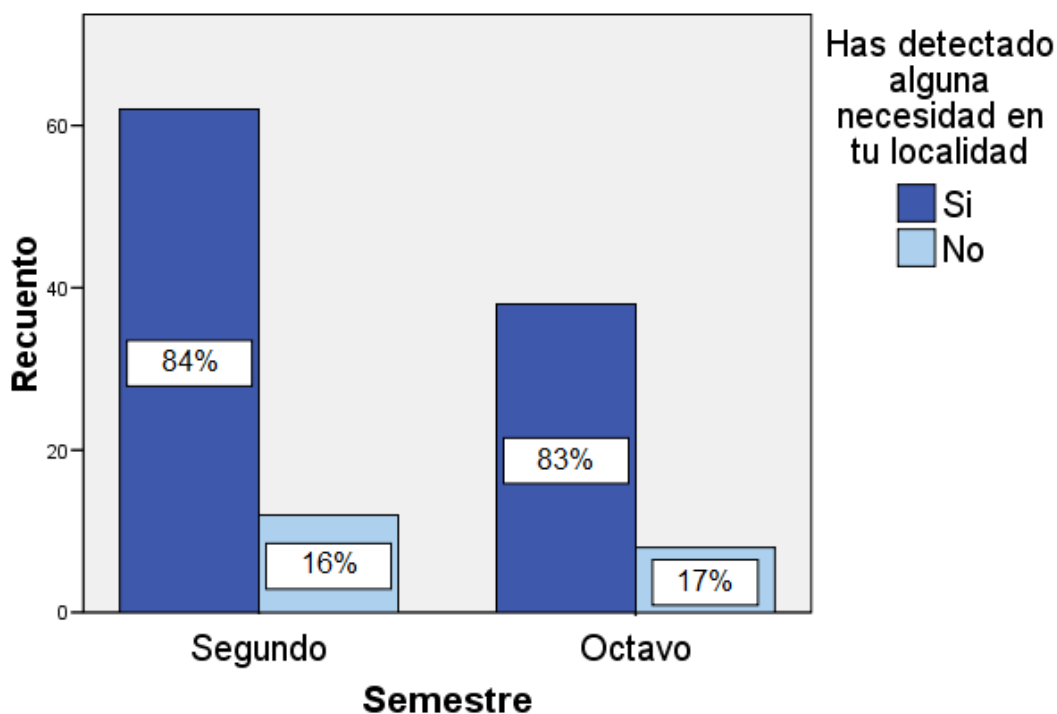
Se puede observar que por cada 3 alumnos que mencionaron que el miedo al fracaso no los detendría para iniciar y crear una empresa, uno mencionaba que tenía miedo al fracaso y lo pensaría para emprender un negocio. Lo cual es bueno en ambos semestres ya que la mayoría no ven esta opción como un impedimento para iniciar un negocio propio.

Tabla 10. Creatividad

Recuento

| Creatividad | | Has detectado alguna necesidad en tu localidad | | Total |
|-------------|---------|--|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 62 | 12 | 74 |
| | Octavo | 38 | 8 | 46 |
| Total | | 100 | 20 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 5. Creatividad de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

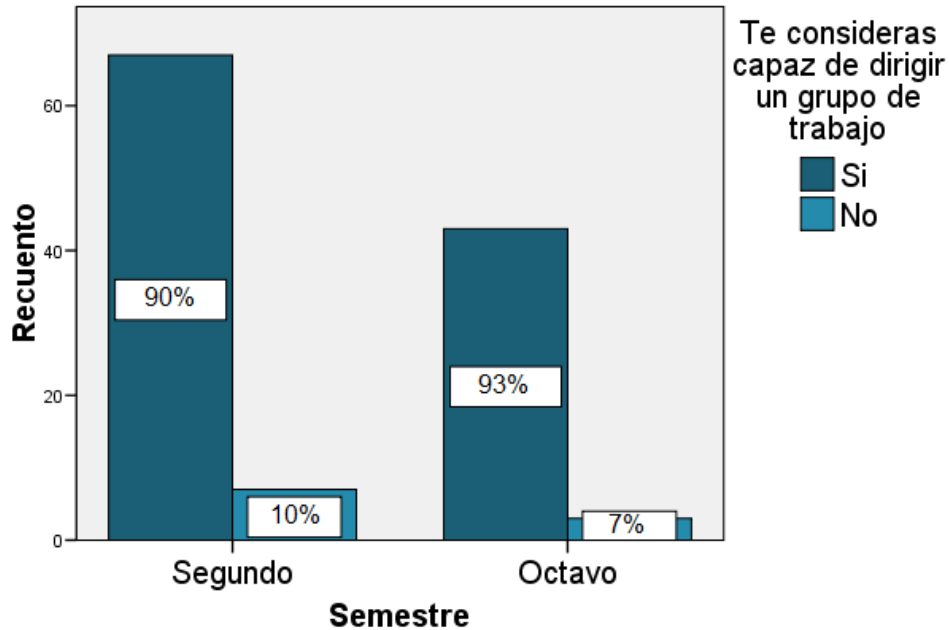
En la gráfica 5 se analizó la variable creatividad emprendedora, a través del cuestionamiento sí los alumnos eran capaces de detectar alguna necesidad empresarial, o en la comunidad que les permitiera crear nuevos servicios o productos para cubrir esas necesidades. Los resultados de la encuesta arrojaron que el 84% y el 83% correspondiente a segundo y octavo semestre, mencionaron que sí eran capaces de detectar aquellas necesidades empresariales o sociales para desarrollar un producto o servicio. Por lo que se infiere que los alumnos tienen creatividad, ya que esta variable consiste en analizar las necesidades actuales para impactar positivamente y transformar el entorno, por otro lado se nota que son muy pocos los alumnos que mencionaron no haber detectado una necesidad. Es decir, de cada 5 alumnos de la licenciatura en administración uno aun no desarrollo la competencia de ser creativo, y sería un alumno que no generara ideas creativas para generar nuevos negocios.

Tabla 11. Liderazgo en los encuestados

Recuento

| Liderazgo | | Te consideras capaz de dirigir un grupo de trabajo | | Total |
|-----------|---------|--|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 67 | 7 | 74 |
| | Octavo | 43 | 3 | 46 |
| Total | | 110 | 10 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 6. . Liderazgo en los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

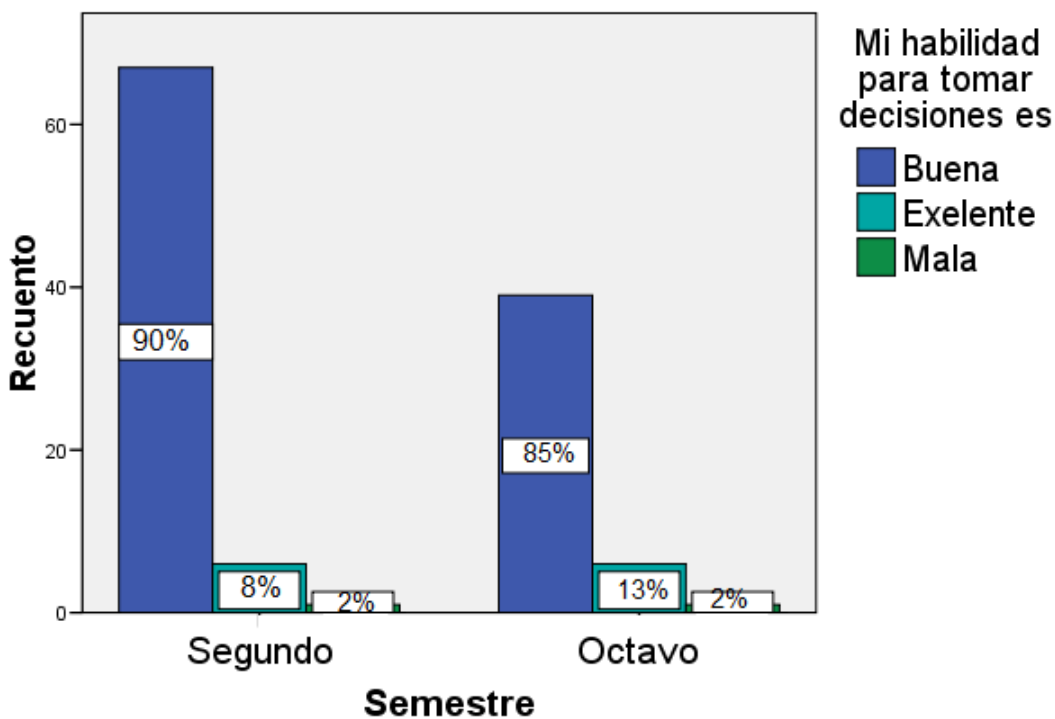
En lo que se refiere a la capacidad para dirigir a un grupo de trabajo, se observa en la gráfica 6, que la mayoría de los alumnos de ambos semestres mencionaron que si se consideran capaces para dirigir un grupo de trabajo con un 90% para segundo semestre y un 93% para octavo semestre y en relación con el total de alumnos encuestados en cada semestre se observa que en octavo semestre es mayor el número de alumnos cuya respuesta fue positiva. Es decir, que para octavo semestre por cada 14 alumnos que su respuesta fue positiva, solo 3 alumnos respondieron negativamente. Mientras que para segundo semestre por cada 9 alumnos que su respuesta fue positiva, solo un alumno respondió negativamente, por lo que es mayor el promedio de alumnos de octavo semestre que mencionaron sentirse capaz para dirigir un grupo de trabajo. Por lo que se infiere que durante el transcurso del semestre de segundo al octavo, los alumnos desarrollan la competencia de liderazgo lo cual ayudará a ser líderes de proyectos de emprendedurismo.

Tabla 12. Liderazgo en los encuestados

Recuento

| Liderazgo | | Mi habilidad para tomar decisiones es | | | Total |
|-----------|---------|---------------------------------------|-----------|------|-------|
| | | Buena | Excelente | Mala | |
| Semestre | Segundo | 67 | 6 | 1 | 74 |
| | Octavo | 39 | 6 | 1 | 46 |
| Total | | 106 | 12 | 2 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 7. Liderazgo en los encuestados

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Otra manera de medir el liderazgo es la habilidad para la toma de decisiones, en la gráfica 7 se observa que en ambos semestre la respuesta elegida fue, Buena con un 90% para el segundo semestre y un 85% para octavo semestre. Los resultados muestran que los alumnos de segundo semestre tienen una mejor habilidad para tomar decisiones que los alumnos de octavo semestre. Sin embargo los alumnos

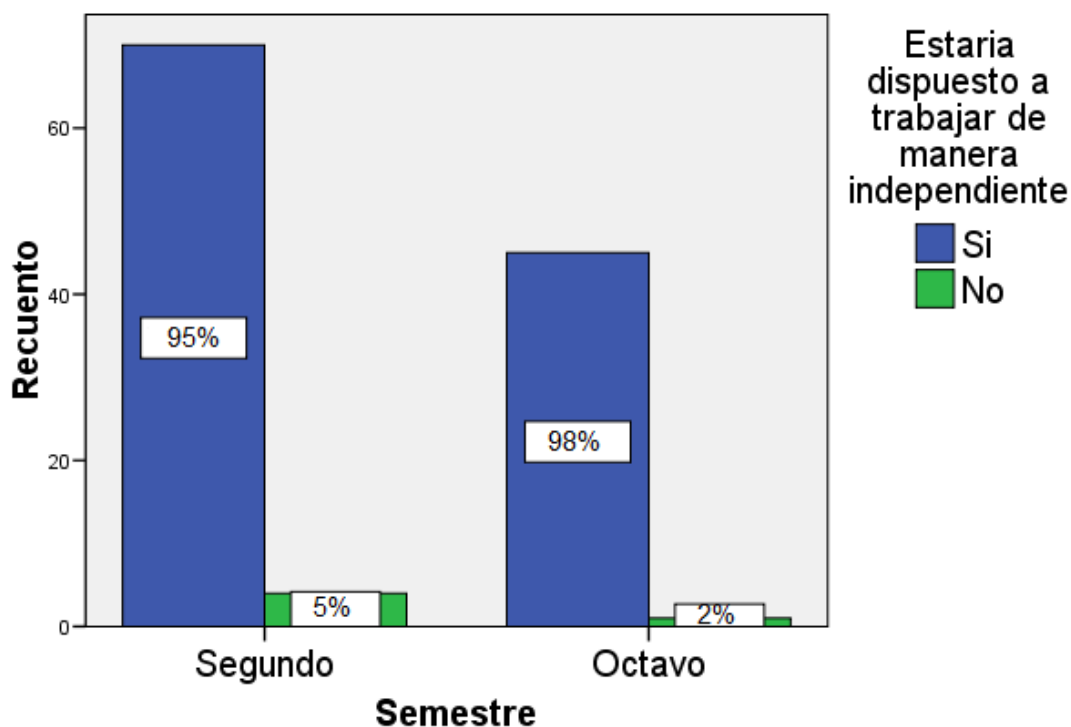
de octavo semestre incrementaron la respuesta de “excelente”, lo cual se infiere que una vez desarrollado ciertas habilidades y tener mayor conocimiento en el área administrativa y financiera, así como haber realizado su servicio social y prácticas profesionales, los alumnos de octavo semestre pueden tomar una excelente toma de decisiones más certeras.

Tabla 13. Determinación de los encuestados

Recuento

| Determinación | | Estaría dispuesto a trabajar de manera independiente | | Total |
|---------------|---------|--|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 70 | 4 | 74 |
| | Octavo | 45 | 1 | 46 |
| Total | | 115 | 5 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 8. . Determinación de los encuestados

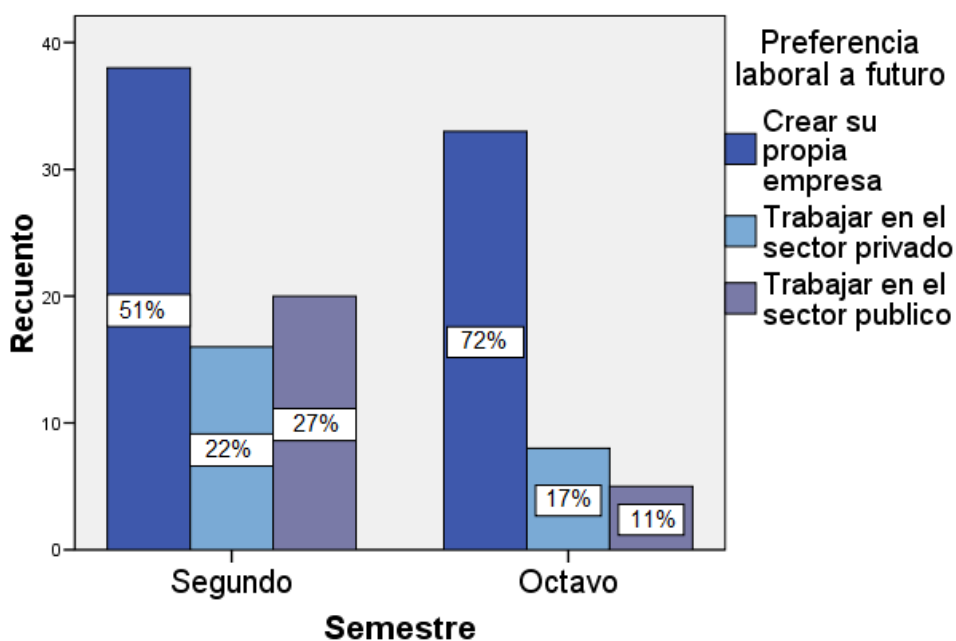
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En la gráfica 8, se evalúa la variable “determinación” emprendedora, es decir la audacia para emprender nuevos negocios, se observó que en ambos semestres la respuesta más seleccionada fue, afirmativa con un 95% y un 98% del segundo y octavo semestre respectivamente, por lo que se infiere que los alumnos de octavo semestre tienen una mayor disposición para trabajar de manera independiente en relación con los alumnos que su respuesta fue negativa. Y se determina que los alumnos de octavo semestre tienen una mayor intención y voluntad de trabajar de manera independiente.

Tabla 14. Pasión de los encuestados.

| Pasión | | Recuento | | | Total |
|----------|---------|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------|
| | | Preferencia laboral a futuro | | | |
| | | Crear su propia empresa | Trabajar en el sector privado | Trabajar en el sector publico | |
| Semestre | Segundo | 38 | 16 | 20 | 74 |
| | Octavo | 33 | 8 | 5 | 46 |
| | Total | 71 | 24 | 25 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 9. Pasión de los encuestados

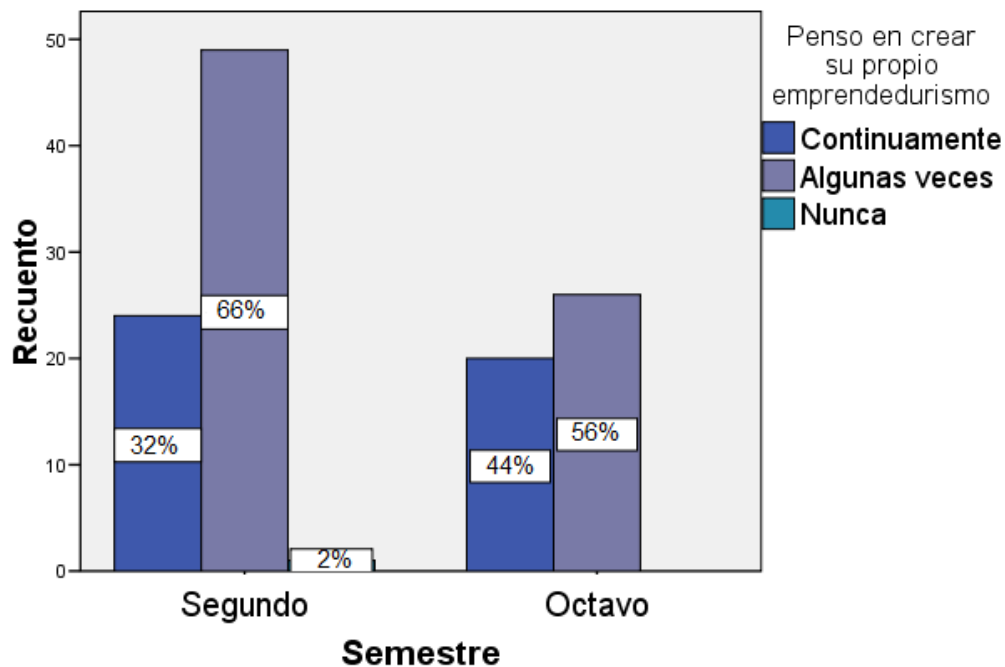
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En la gráfica 9, se observa que los alumnos de segundo y octavo semestre mencionaron que esperan crear su propia empresa con un 51% y 72% respectivamente, lo que indica que los alumnos de octavo semestre tienen una mayor intención y deseo de crear su empresa, así mismo reflejan una mayor confianza en sí mismos para emprender una idea de negocio. Lo anterior es pertinente debido a que los alumnos están por egresar de la licenciatura y se encuentran motivados para salir y experimentar el deseo de superación y éxito.

Tabla 15. Confianza de los encuestados
Recuento

| Confianza | | Pensó en crear su propio emprendedurismo | | | Total Continuat e |
|-----------|---------|--|---------------|-------|-------------------|
| | | Continuamente | Algunas veces | Nunca | |
| Semestre | Segundo | 24 | 49 | 1 | 74 |
| | Octavo | 20 | 26 | 0 | 46 |
| | Total | 44 | 75 | 1 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



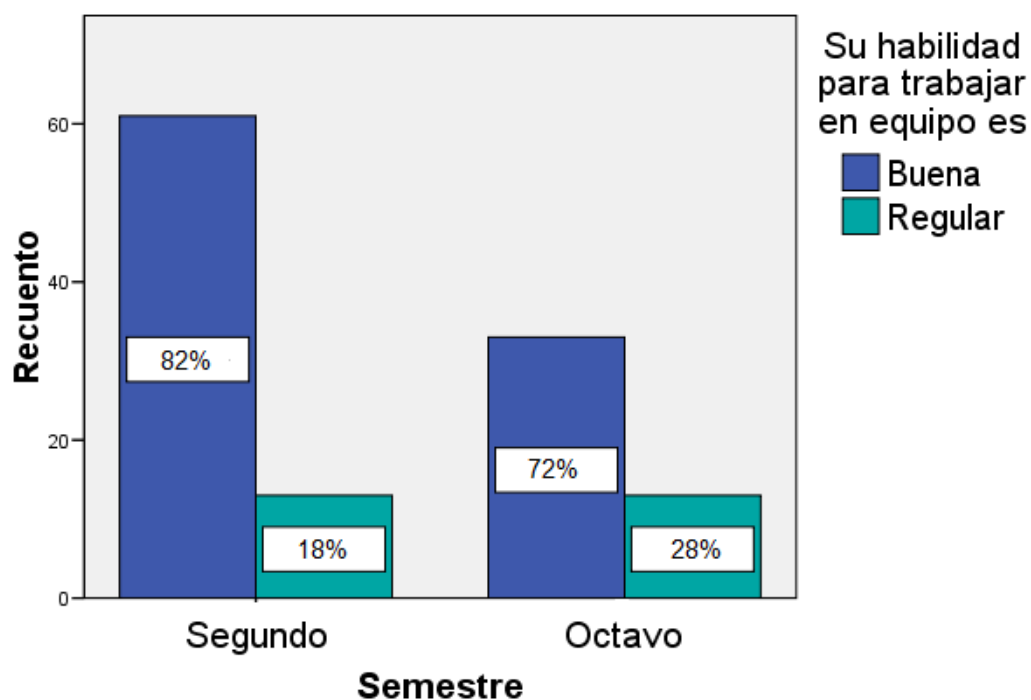
Gráfica 10. Confianza de los encuestados
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En relación al nivel de confianza para crear su propio negocio, en la gráfica 10 se observa que los alumnos de segundo y octavo semestre mencionaron tener una idea más clara para llevar a cabo alguna idea de negocio, con un 32% y un 44% respectivamente, ya que su respuesta a esta pregunta fue que continuamente han pensado en crear su propio negocio, por lo cual se infiere que los alumnos de octavo han participado en concursos de emprendedurismo, a través de la incubadora de empresas lo cual les ha fortalecido el deseo de iniciar un negocio.

Tabla 16. Trabajo en equipo de los encuestados

| Trabajo en equipo | | Su habilidad para trabajar en equipo es | | Total |
|-------------------|---------|---|---------|-------|
| | | Buena | Regular | |
| Semestre | Segundo | 61 | 13 | 74 |
| | Octavo | 33 | 13 | 46 |
| Total | | 94 | 26 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 11. Trabajo en equipo de los encuestados.
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

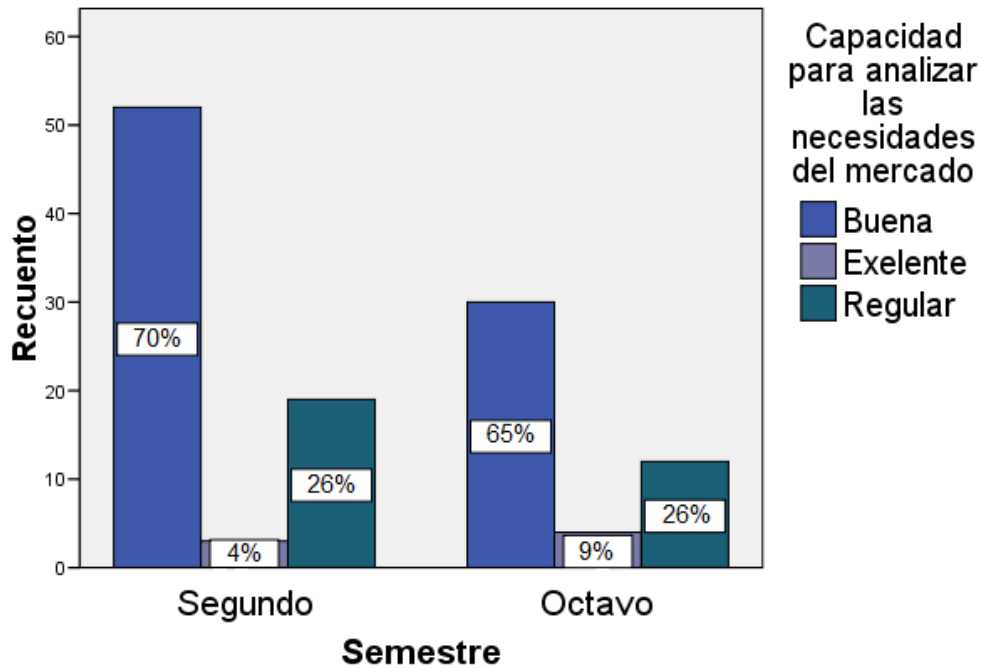
En referencia al trabajo en equipo y evaluar dicha variable, se les pregunto a los estudiantes sobre su habilidad de trabajar en equipo, la gráfica 11 se observa que en ambos semestre consideran la habilidad de trabajar en equipo, la cual la evalúan como “buena”. El segundo y octavo semestre obtuvieron el 82%y el 72% respectivamente. Se puede inferir que los alumnos de segundo semestre tienen una mayor habilidad para trabajar en equipo, ya que por cada 4 alumnos de segundo semestre mencionaron tener una buena habilidad para trabajar en equipo, hubo un alumno que menciona que su habilidad es regular para trabajar en equipo. Y para octavo semestre por cada 3 alumnos que respondía tener una buena habilidad para trabajar en equipo, hubo una persona que menciona que su habilidad para trabajar en equipo era regular. Por lo que se infiere que durante el transcurso del paso de segundo a octavo semestre, los alumnos tienen diferencias personales y eso hace que opinen en no trabajar en equipo, sin embargo faltaría que los docentes y principalmente la academia de la licenciatura estableciera estrategias para mitigar dicho pensamiento.

Tabla 17. Visión de los encuestados

Recuento

| Visión | | Capacidad para analizar las necesidades del mercado | | | Total |
|----------|---------|---|-----------|---------|-------|
| | | Buena | Excelente | Regular | |
| Semestre | Segundo | 52 | 3 | 19 | 74 |
| | Octavo | 30 | 4 | 12 | 46 |
| Total | | 82 | 7 | 31 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 12. Visión de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

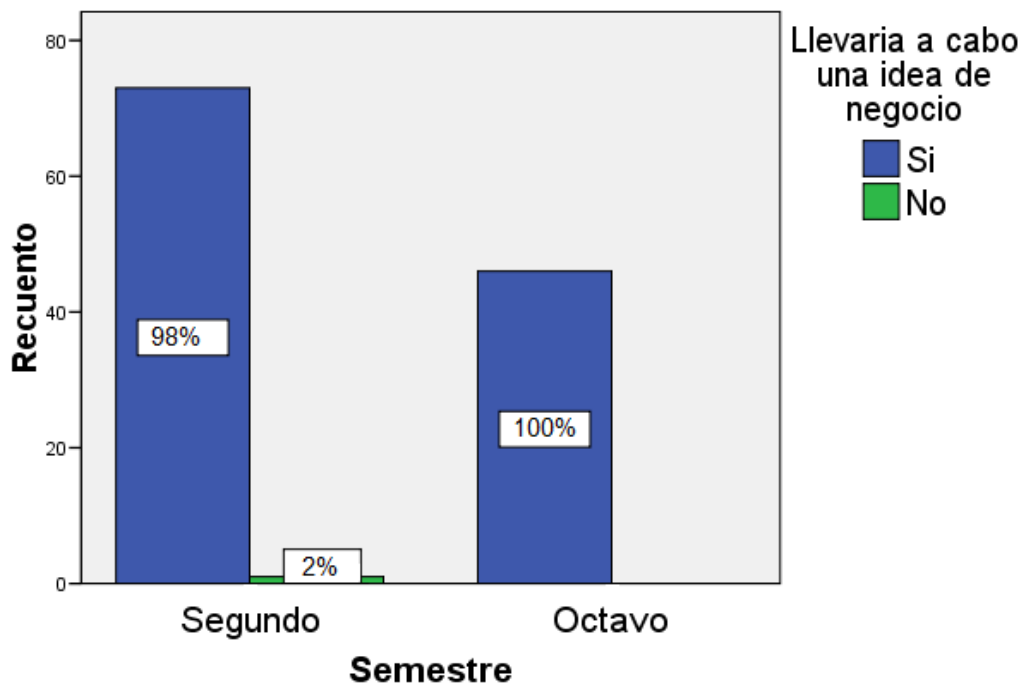
Para conocer si los alumnos tenían visión empresarial, se les preguntó sobre la capacidad para analizar necesidades del mercado, los resultados se presentan en la gráfica 12, en la cual se observa que en ambos semestres respondieron que tenían una “buena” capacidad de analizar las necesidades del mercado siendo el 70% y el 65% para segundo y octavo semestre respectivamente. Por lo que se infiere que los alumnos de segundo semestre como van iniciando la licenciatura, se encuentran optimistas para dar respuesta optima a las necesidades que puedan presentárseles, sin embargo, los de octavo semestre una vez que ya tienen la experiencia de haber concluido y experimentado el mercado laboral a través de sus prácticas y servicio social, ven la situación más objetivamente y con hechos reales.

Tabla 18. Habilidad de los encuestados para hacer que las cosas sucedan

Recuento

| Hacer que las cosas sucedan | | Llevaría a cabo una idea de negocio | | Total |
|-----------------------------|---------|-------------------------------------|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 73 | 1 | 74 |
| | Octavo | 46 | 0 | 46 |
| Total | | 119 | 1 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 13. Habilidad de los encuestados para hacer que las cosas sucedan.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Los empresarios siempre hacen que sucedan las cosas, por ello es una característica a evaluar en los alumnos, en la gráfica 13, se observa que el 98% y el 100% de segundo y octavo semestre respectivamente, mencionaron que si llevarían a cabo una idea de negocio. Lo que se infiere que la mentalidad de los alumnos de la licenciatura está cambiando, ahora están pensando en prepararse ya no para egresar y ser empleados, sino que se están preparando para ser

empleadores, a través de llevar a cabo un idea de negocio. Es pertinente mencionar que el Centro Universitario UAEM Texcoco, a través de la Incubadora de Empresas UAEMex Texcoco, inculca y desarrolla competencias y habilidades de emprendimiento para generar nuevos negocios, lo cual está impulsando a los alumnos cada vez más a ser empleadores.

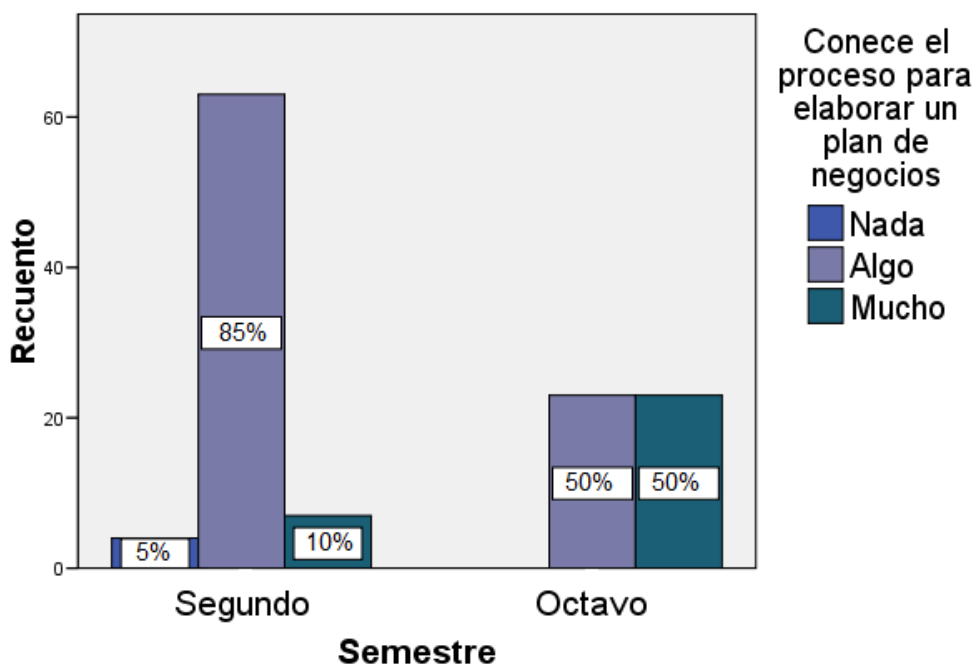
b) Conocimientos administrativos

Tabla 19. Habilidad de creación de los encuestados.

Recuento

| Creación | | Conoce el proceso para elaborar un plan de negocios | | | Total |
|----------|---------|---|------|-------|-------|
| | | Nada | Algo | Mucho | |
| Semestre | Segundo | 4 | 63 | 7 | 74 |
| | Octavo | 0 | 23 | 23 | 46 |
| | Total | 4 | 86 | 30 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 14. Habilidad de creación de los encuestados.

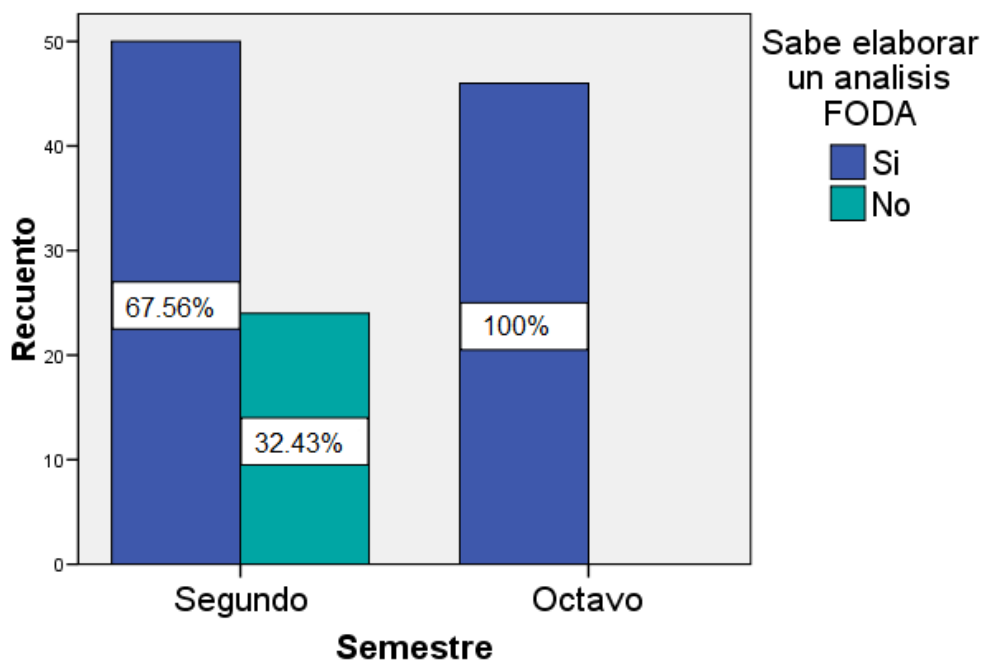
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Para conocer los resultados de la variable “creación de una empresa”, se les pregunto si tenían conocimiento sobre el proceso que se lleva a cabo para elaborar un plan de negocios. Los resultados que se obtuvieron denotan que el 85% y el 50% de los alumnos de segundo y octavo semestre respectivamente, mencionaron que tenían algo de conocimiento. De tal manera que se infiere que durante el transcurso del semestre de segundo a octavo, los alumnos adquieren los conocimientos administrativos para elaborar un plan de negocios lo cual ayudara en el proceso de creación de un plan de negocios que sirva como una guía para poner en marcha un negocio.

Tabla 20. Habilidad para planear de los encuestados
Recuento

| Planeación | | Sabe elaborar un análisis FODA | | Total |
|------------|---------|--------------------------------|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 50 | 24 | 74 |
| | Octavo | 46 | 0 | 46 |
| Total | | 96 | 24 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



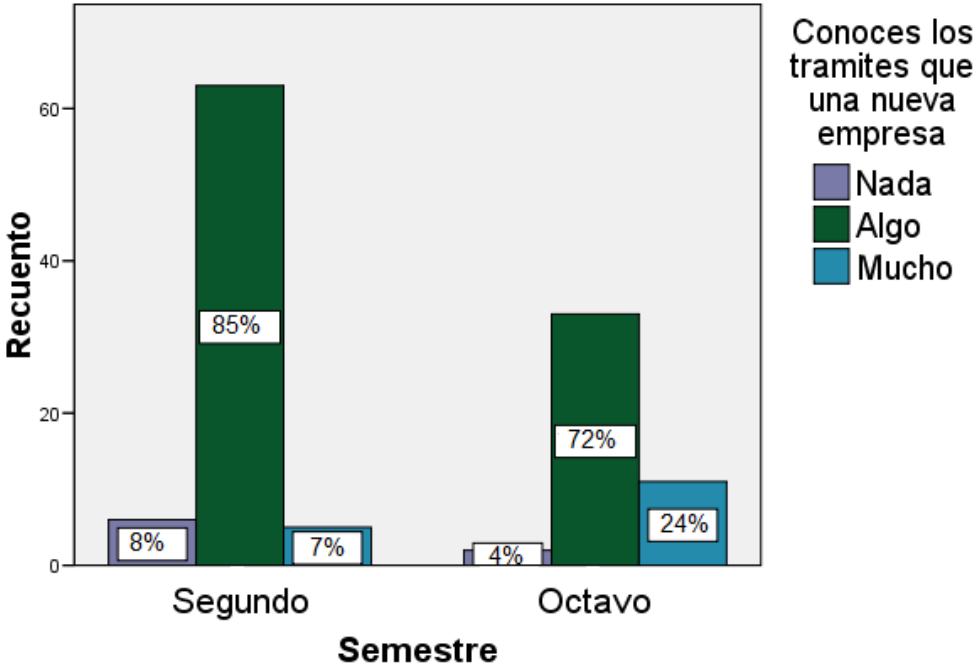
Grafica 15. Habilidad para planear de los encuestados
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Sin duda todo empresario deberá tener y desarrollar la competencia de ser un excelente administrador que planea. De manera que los resultados arrojaron que los alumnos obtuvieron un 67.56% y 100% de los alumnos de segundo y octavo semestre respectivamente, al contestar afirmativamente que conocen y saben elaborar un FODA. Se infiere que los alumnos de octavo semestre al tener un mayor conocimiento en el área administrativa y financiera, tienen una visión holística que les permite detectar las fortalezas, las amenazas, las debilidades y oportunidades para iniciar un negocio y emprenderlo.

Tabla 21. Habilidad de organización de los encuestados.

| Organización | | Recuento | | | Total |
|--------------|---------|---|------|-------|-------|
| | | Conoces los trámites que una nueva empresa debe cumplir | | | |
| | | Nada | Algo | Mucho | |
| Semestre | Segundo | 6 | 63 | 5 | 74 |
| | Octavo | 2 | 33 | 11 | 46 |
| | Total | 8 | 96 | 16 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 16. Habilidad de organización de los encuestados.
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

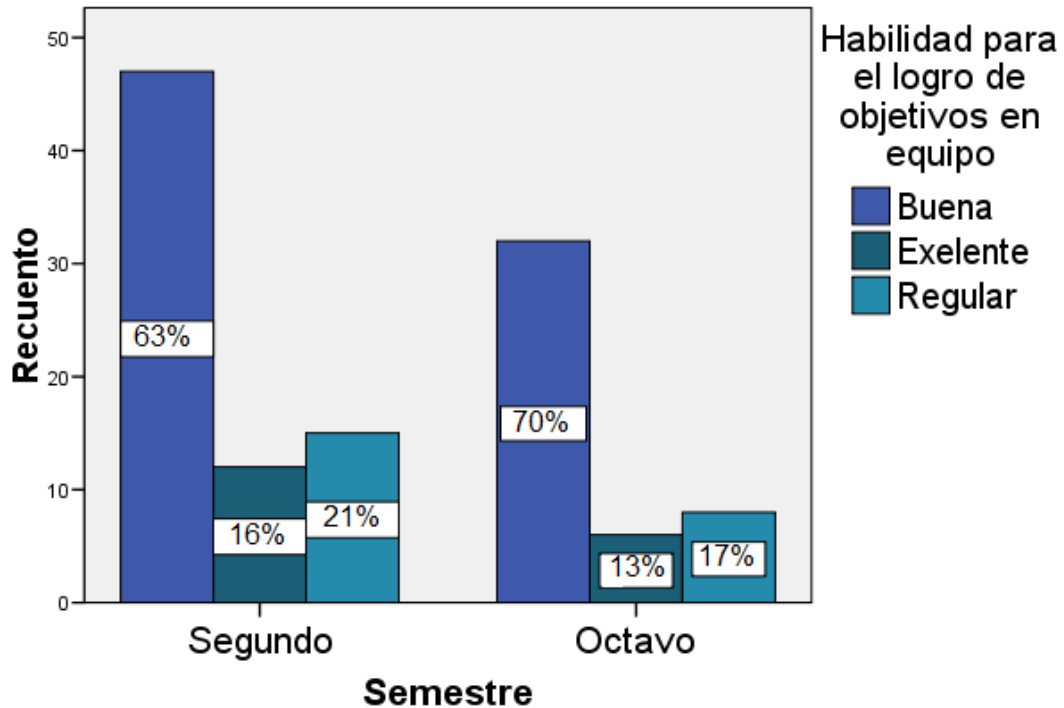
También se indagó sobre el nivel de organización, por lo que se les preguntó si conocían los trámites que tenían que hacer para echar andar un negocio, la gráfica 16 muestra, que el 85% y el 72% del segundo y octavo semestre respectivamente, respondieron que tenían algo de conocimiento, es decir, que no tenían claro el proceso legal de constituir una empresa y los trámites legales. Es pertinente mencionar que los alumnos de segundo semestre tuvieron un porcentaje mayor, debido a que en el momento de la encuesta, ellos estaban por concluir su semestre y estaban estudiando una unidad de aprendizaje que se denomina derecho mercantil, en el cual abordan las figuras empresariales de acuerdo a la ley de sociedades mercantiles. Por lo que tenían la información fresca, sin embargo los de octavo semestre ya no recordaban del todo el proceso para constituir una empresa legalmente.

Tabla 22. Habilidad de dirección de los encuestados

Recuento

| Dirección | Habilidad para el logro de objetivos en equipo | | | Total |
|------------------|--|-----------|---------|-------|
| | Buena | Excelente | Regular | |
| Semestre Segundo | 47 | 12 | 15 | 74 |
| Octavo | 32 | 6 | 8 | 46 |
| Total | 79 | 18 | 23 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 17 Habilidad de dirección de los encuestados.
 Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Para conocer si los alumnos tenían características directivas como empresarios, se les cuestionó sobre la habilidad para el logro de objetivos en equipo, los resultados muestran que el 63% y el 70% de segundo y octavo semestre respectivamente, mencionaron que su habilidad para el logro de objetivos en equipo era buena. Lo anterior está relacionado inversamente con la variable “trabajo en equipo” ya que se obtuvo un 82 y un 72% de habilidad para trabajar en equipo, sin embargo hay que diferenciar que el trabajo en equipo es una actividad meramente para cumplir con una tarea escolar, y otra es tener habilidad para trabajar en equipo y obtener resultados y logros óptimos que beneficien a todo el equipo. Por lo que se puede inferir que los alumnos pueden trabajar en equipo para cumplir con una tarea, sin embargo no tienen aún la habilidad para lograr objetivos en equipo, sobre todo objetivos empresariales, ya que se involucra la lealtad, aportaciones en especie, y en dinero, la responsabilidad, la ética, y el compromiso, entre otros valores y principios.

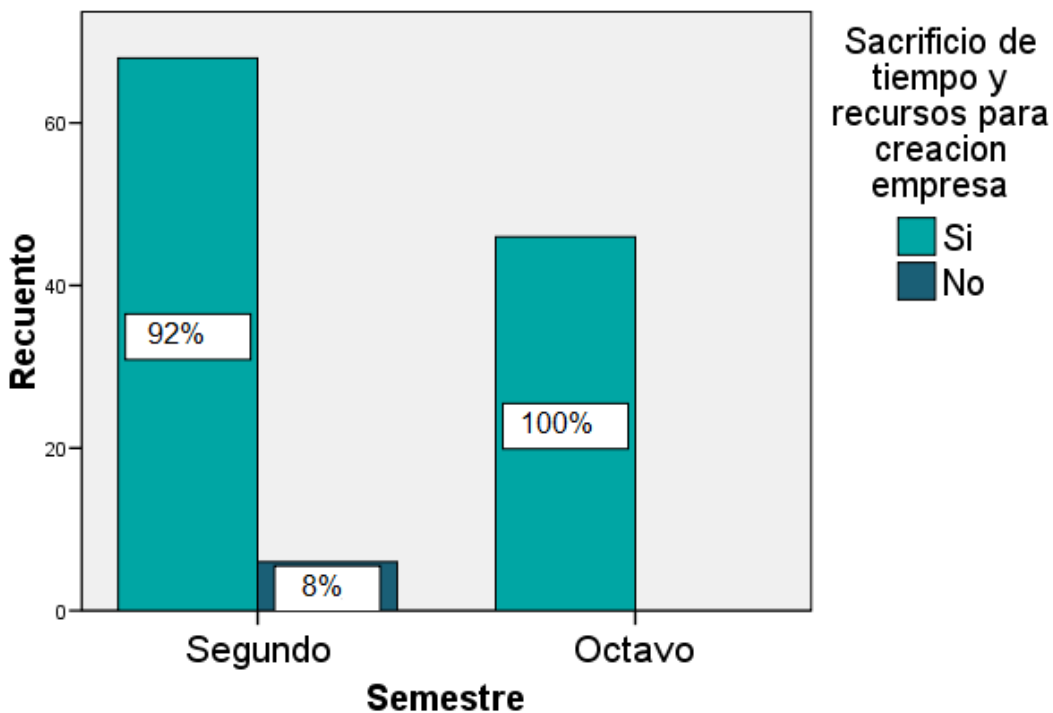
c) Barreras y obstáculos en el emprendimiento

Tabla 23. Barreras y obstáculos personales de los encuestados

Recuento

| Personal | | Sacrificio de tiempo y recursos para creación empresa | | Total |
|----------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 68 | 6 | 74 |
| | Octavo | 46 | 0 | 46 |
| | Total | 114 | 6 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 18. Barreras y obstáculos personales de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Así mismo, se analizó cuánto estaban dispuestos a sacrificar de su tiempo y recursos para la creación de una empresa. Los resultados muestran que el 92% el 100% de segundo y octavo semestre respectivamente, estaban dispuestos a todo sacrificio personal y económico. Todos los alumnos de octavo están conscientes de

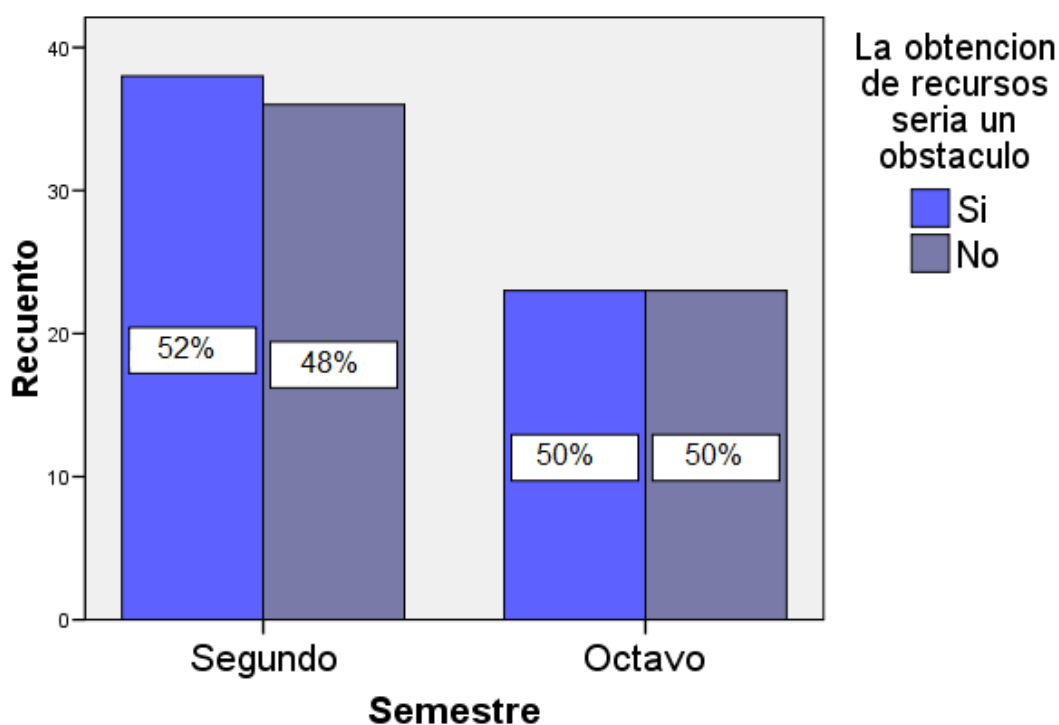
la necesidad de sacrificar cuestiones personales y materiales con el fin de lograr la meta de emprender un negocio propio.

Tabla 24. Barreras y obstáculos financieros en los encuestados

Recuento

| Financieros | | La obtención de recursos sería un obstáculo | | Total |
|-------------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 38 | 36 | 74 |
| | Octavo | 23 | 23 | 46 |
| Total | | 61 | 59 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 19. Barreras y obstáculos financieros en los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Cuando se les pregunto si la obtención de recursos sería un obstáculo para crear una empresa, el 52% y el 50% de segundo y octavo semestre respectivamente, respondieron afirmativamente. Es lógico que hayan respondido que el

financiamiento es un obstáculo para echar andar una idea de negocio, ya que se necesita capital.

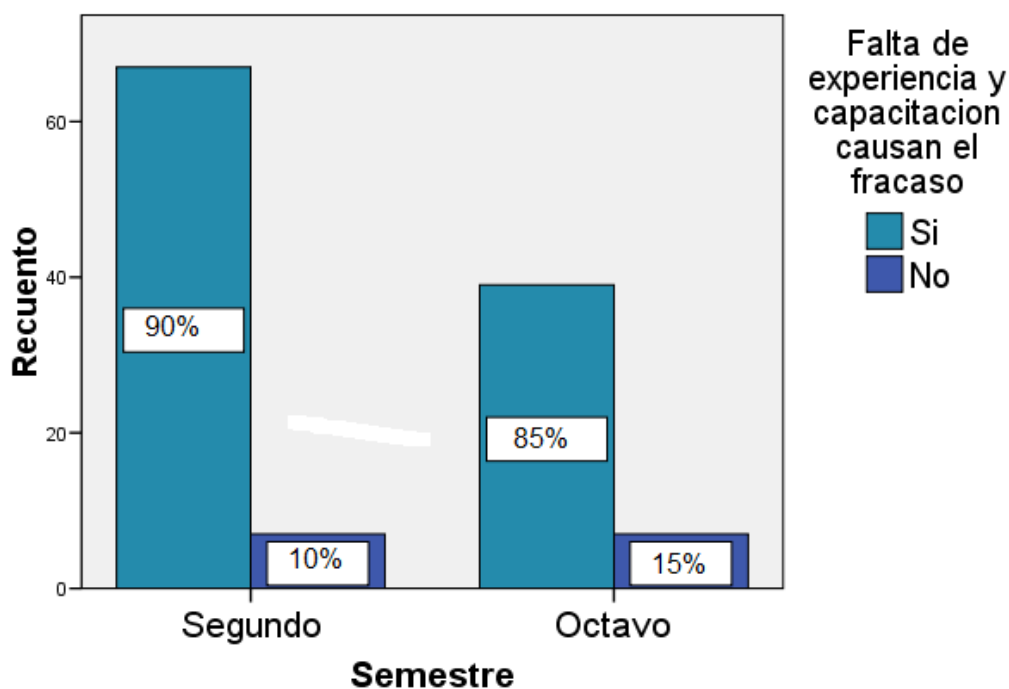
Sin embargo, se sabe que a través de la incubadora los emprendedores pueden iniciar su plan de negocios, con la posibilidad de solicitar el apoyo al gobierno federal a través del Instituto Nacional de Emprendedores (INADEM), con un crédito joven. La academia y la incubadora deberán reforzar las estrategias para que los jóvenes estudiantes tengan acceso a la dicha información.

Tabla 25. Barreras y obstáculos técnicos y administrativos de los encuestados

Recuento

| Técnicos y administrativos | | Falta de experiencia y capacitación causan el fracaso | | Total |
|----------------------------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 67 | 7 | 74 |
| | Octavo | 39 | 7 | 46 |
| Total | | 106 | 14 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 20. Barreras y obstáculos técnicos y administrativos de los encuestados

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

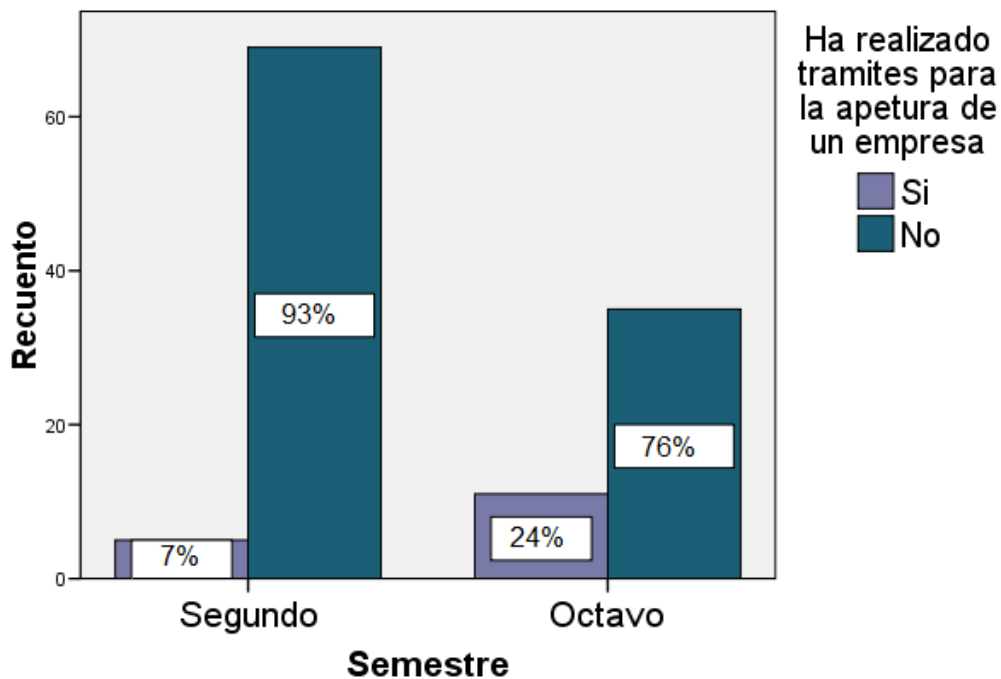
Otro aspecto que se analizó, fue conocer si la falta de experiencia y capacitación era una causa al fracaso en emprendedores, la cual tiene relación con la variable “técnicos y administrativos”. Los resultados muestran que el 90% y el 85% de segundo y octavo semestre respectivamente, respondieron afirmativamente. Por lo cual se puede inferir que los alumnos de ambos semestres consideran que la falta de experiencia en conocimientos técnicos y administrativos es la razón por las que las empresas fracasan.

Tabla 26. Barreras y obstáculos burocráticos de los alumnos encuestados

Recuento

| Burocrático | | Ha realizado trámites para la apertura de un empresa | | Total |
|-------------|---------|--|-----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 5 | 69 | 74 |
| | Octavo | 11 | 35 | 46 |
| Total | | 16 | 104 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 21. Barreras y obstáculos burocráticos de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

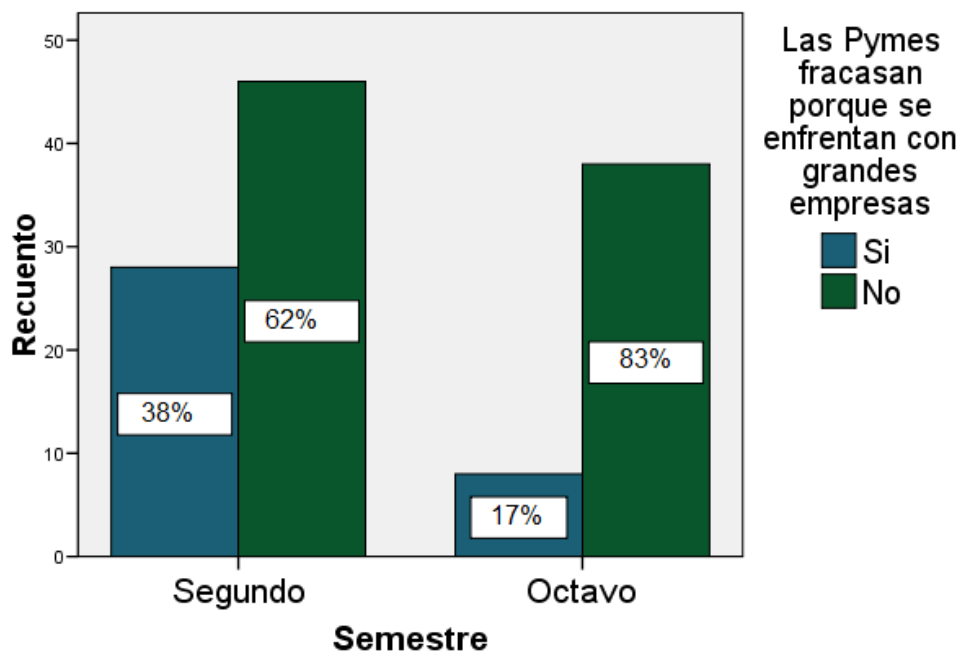
La grafica 21 expresa que el 24% de los alumnos de octavo semestre manifestaron que efectivamente en algún momento han realizado algún trámite para la apertura de una nueva empresa, para segundo semestre el 7% contestó afirmativamente a este cuestionamiento lo cual expresa que los alumnos de octavo tienen mayor experiencia, en la realización de trámites de apertura de una empresa de nueva creación. Lo cual puede representar una ventaja competitiva para que el proceso de apertura sea eficiente. A demás cabe mencionar que los alumnos de octavo semestre se les hacen participar en el concurso de la expo emprendedor, donde adquieren conocimiento y experiencia simulando la creación un producto o servicio.

Tabla 27. Barreras y obstáculos financieros de los encuestados.

Recuento

| Económico | | Las Pymes fracasan porque se enfrentan con grandes empresas | | Total |
|-----------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 28 | 46 | 74 |
| | Octavo | 8 | 38 | 46 |
| Total | | 36 | 84 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 22. Barreras y obstáculos financieros de los encuestados.
 Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En el grafico 22 se observa que el 83% de los alumnos de octavo semestre contestaron negativamente al cuestionamiento de que las pymes fracasan porque se enfrentan con grandes empresas y con un 62% para segundo semestre quienes también contestaron negativamente a este cuestionamiento

Por lo cual se puede inferir que los alumnos de octavo semestre no consideran que el fracaso de las pymes se deba a que compiten con grandes empresas sino más bien a la falta de conocimientos administrativos, técnicos, tecnológicos, financieros, de control interno, entre otros.

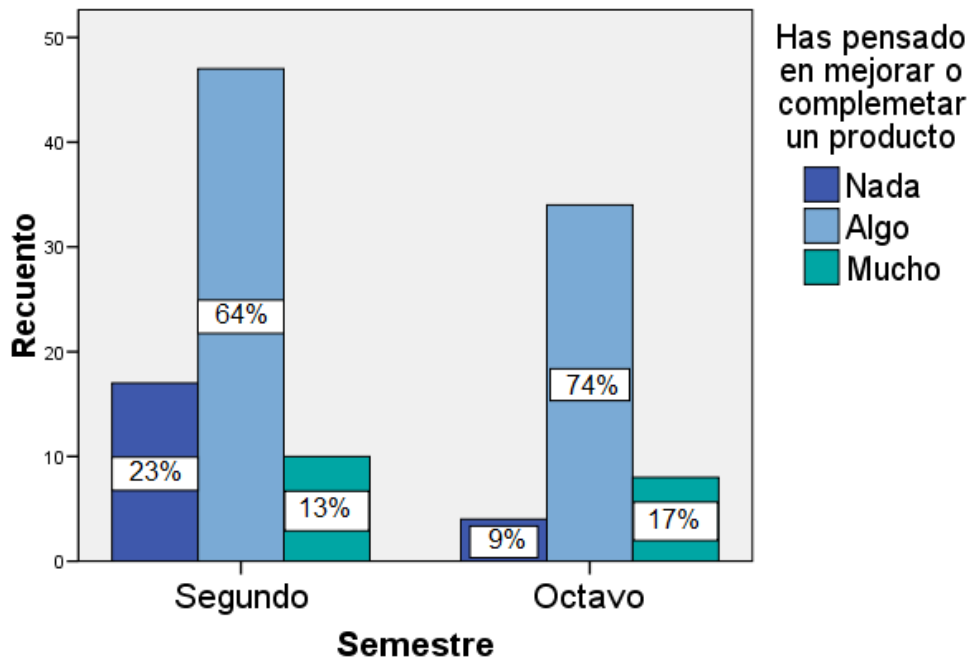
d) Innovación

Tabla 28. Capacidad de creación de los encuestados

Recuento

| Creación | | Has pensado en mejorar o complementar un producto | | | Total |
|----------|---------|---|------|-------|-------|
| | | Nada | Algo | Mucho | |
| Semestre | Segundo | 17 | 47 | 10 | 74 |
| | Octavo | 4 | 34 | 8 | 46 |
| Total | | 21 | 81 | 18 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 23. . Habilidad de creación de los encuestados.
 Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015. Grafico

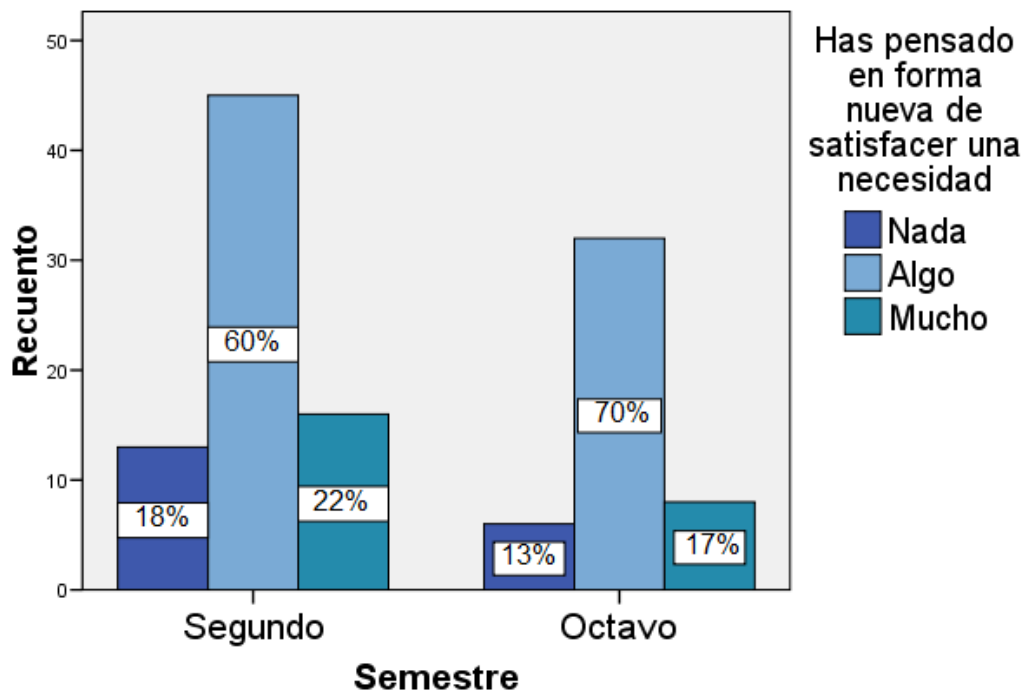
En referencia a la variable de creación en el gráfico 23 se observa que el 17% y el 13% correspondientes al octavo y segundo semestre mencionaron que si son capaces de mejorar o complementar un producto, por lo que se deduce que los alumnos tienen la habilidad de creación ya que esta variable se refiere a hacer mejoras en un producto existente.

Tabla 29. Capacidad de invención de los encuestados.

Recuento

| Inventi3n | Has pensado en forma nueva de satisfacer una necesidad | | | Total |
|------------------|--|------|-------|-------|
| | Nada | Algo | Mucho | |
| Semestre Segundo | 13 | 45 | 16 | 74 |
| Octavo | 6 | 32 | 8 | 46 |
| Total | 19 | 77 | 24 | 120 |

Fuente: Elaboraci3n propia con datos de campo, 2015.



Grafica 24. Capacidad de invención de los encuestados.
Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

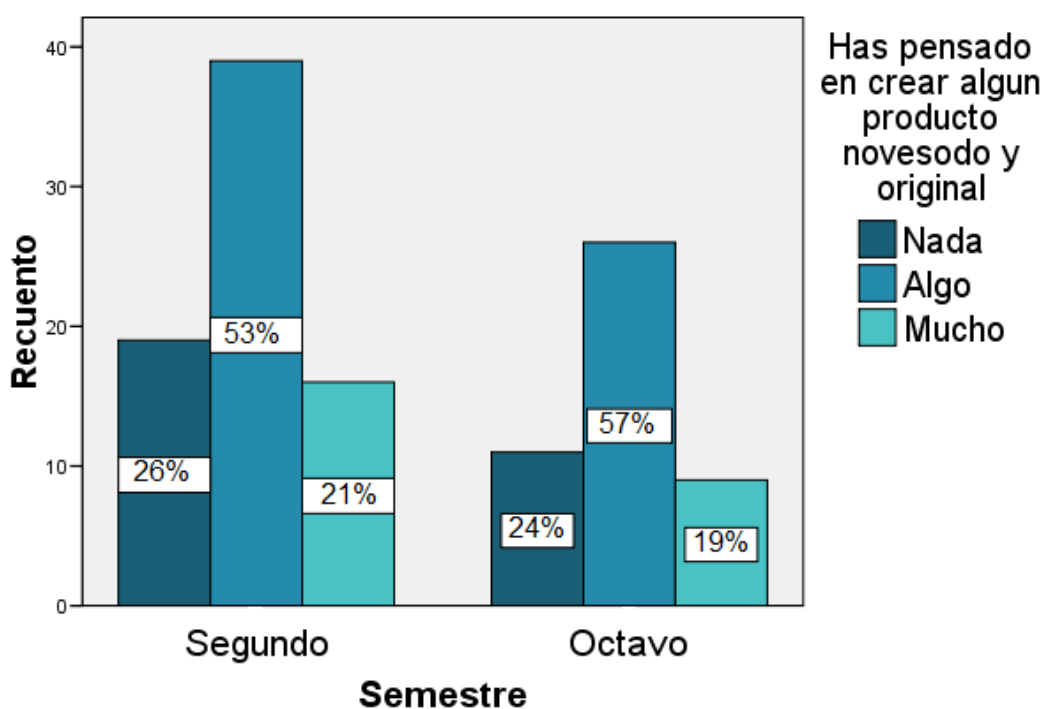
En cuanto a encontrar una forma nueva de satisfacer una necesidad la gráfica 24 muestra que los alumnos de octavo semestre mencionaron tener una mayor habilidad con un 70% y un 60% para segundo semestre. Por lo que se infiere que los alumnos de octavo semestre tienen una mayor habilidad para desarrollar una invención para satisfacer una necesidad ya que esta variable se refiere a concretar esas conexiones en un producto o servicio tangible y patentable.

Tabla 30. Capacidad para innovar de los encuestados.

Recuento

| Innovación | | Has pensado en crear algún producto novedoso y original | | | Total |
|------------|---------|---|------|-------|-------|
| | | Nada | Algo | Mucho | |
| Semestre | Segundo | 19 | 39 | 16 | 74 |
| | Octavo | 11 | 26 | 9 | 46 |
| | Total | 30 | 65 | 25 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 25. Capacidad para innovar de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En lo que se refiere a la capacidad para crear algún producto novedoso y original la gráfica 25 muestra que el 21% los alumnos de segundo semestre mencionaron tener una mayor habilidad en estructurar una idea y traducirla en un producto o servicio, para octavo semestre tuvo un 19%. Por lo que se infiere que los alumnos de segundo semestre tienen una mayor habilidad para innovar

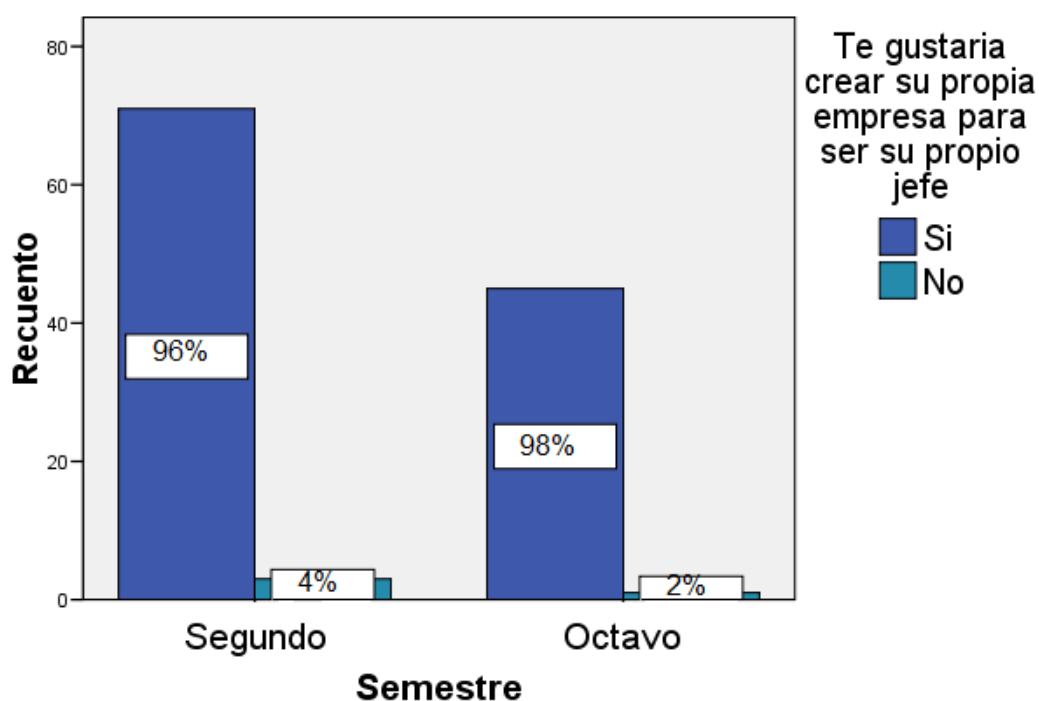
e) Beneficios del emprendedurismo

Tabla 31. Autonomía de los encuestados

Recuento

| Autonomía | | Te gustaría crear su propia empresa para ser su propio jefe | | Total |
|-----------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 71 | 3 | 74 |
| | Octavo | 45 | 1 | 46 |
| | Total | 116 | 4 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 26. Autonomía de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

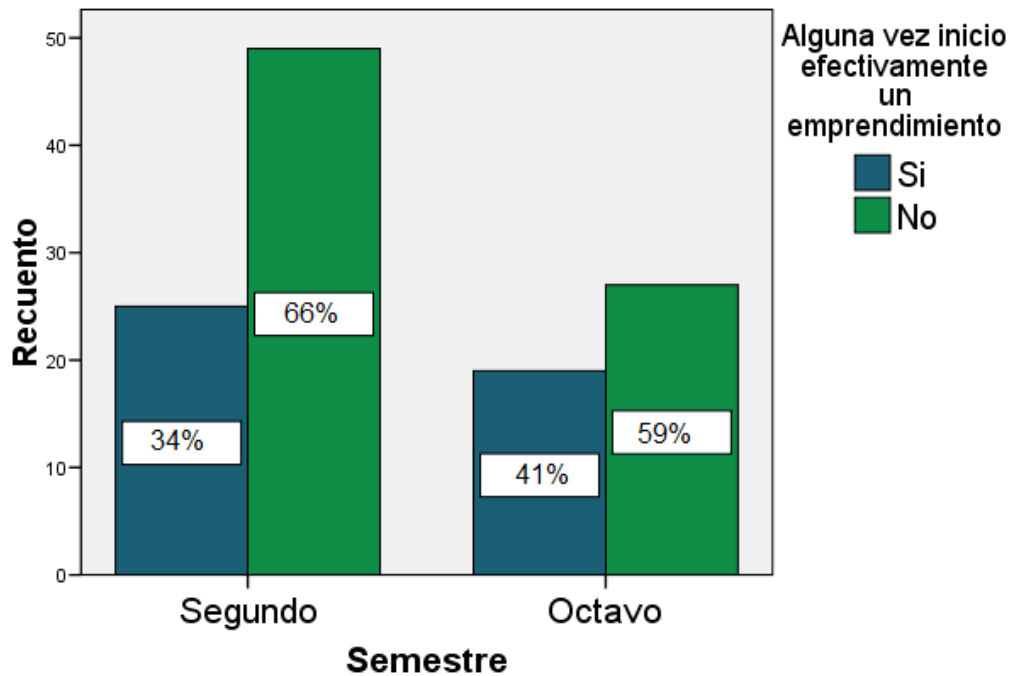
En relación a si existe concretamente la idea de crear su propia empresa la gráfica 26 muestra que el 98% de los alumnos de octavo semestre y el 96% de segundo semestre respondieron positivamente a este cuestionamiento, por lo que se infiere que los alumnos de octavo tienen una mayor preferencia por auto emplearse y crear su propia empresa, para crear nuevas plazas laborales.

Tabla 32. Desafío de los encuestados

Recuento

| Desafío | | Alguna vez inicio efectivamente un emprendimiento | | Total |
|----------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 25 | 49 | 74 |
| | Octavo | 19 | 27 | 46 |
| | Total | 44 | 76 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 27. Desafío de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

Con respecto a los casos de los alumnos que efectivamente en algún momento han llevado sus ideas de negocio a la práctica, en la gráfica 27 se observa que en octavo semestre se obtuvo un 41% quienes manifestaron un si como respuesta a este cuestionamiento y para segundo semestre un 34% a este mismo cuestionamiento, por lo que se deduce que los alumnos de octavo tienen mayor experiencia en

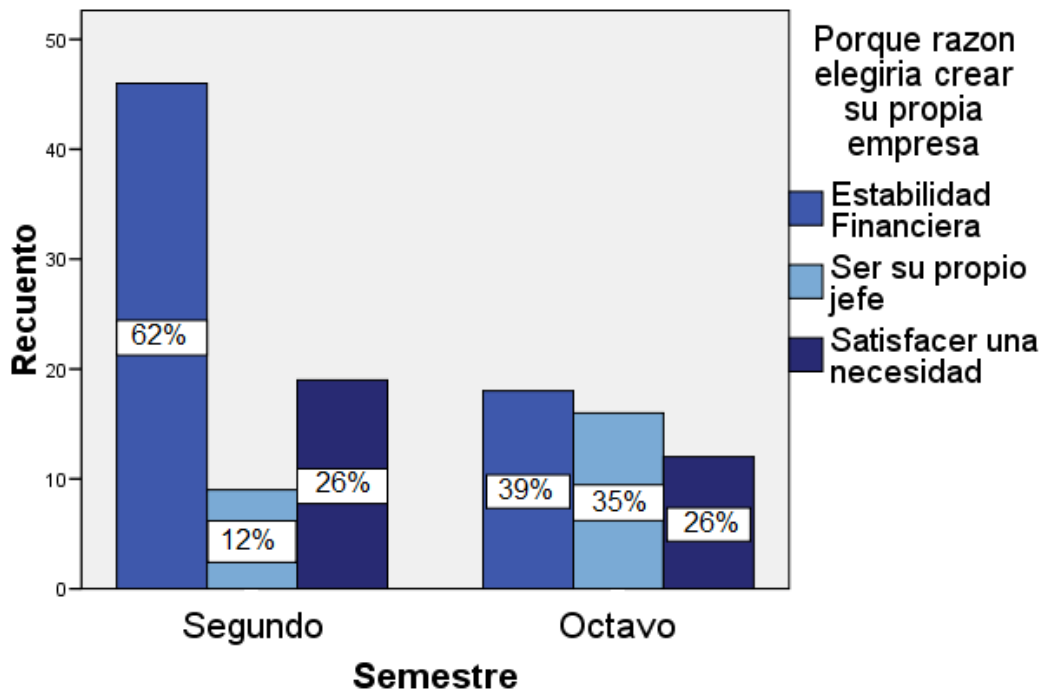
emprender algún tipo de negocio. El participar en la expo emprendedor y en concursos universitarios del emprendedor, les permite tener esa experiencia.

Tabla 33. Preferencias de control financiero de los encuestados.

Recuento

| Control financiero | | Porque razón elegiría crear su propia empresa | | | Total |
|--------------------|---------|---|--------------------|--------------------------|-------|
| | | Estabilidad Financiera | Ser su propio jefe | Satisfacer una necesidad | |
| Semestre | Segundo | 46 | 9 | 19 | 74 |
| | Octavo | 18 | 16 | 12 | 46 |
| | Total | 64 | 25 | 31 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 28. Preferencias de control financiero de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

La gráfica 28 muestra que en ambos semestres tienen una preferencia por crear su propia empresa para tener una estabilidad financiera con un 39% para octavo

semestre y un 62% para segundo Por lo que se puede inferir que es la razón principal por la que ambos semestres decidirían crear su propio negocio con el fin de tener una estabilidad financiera.

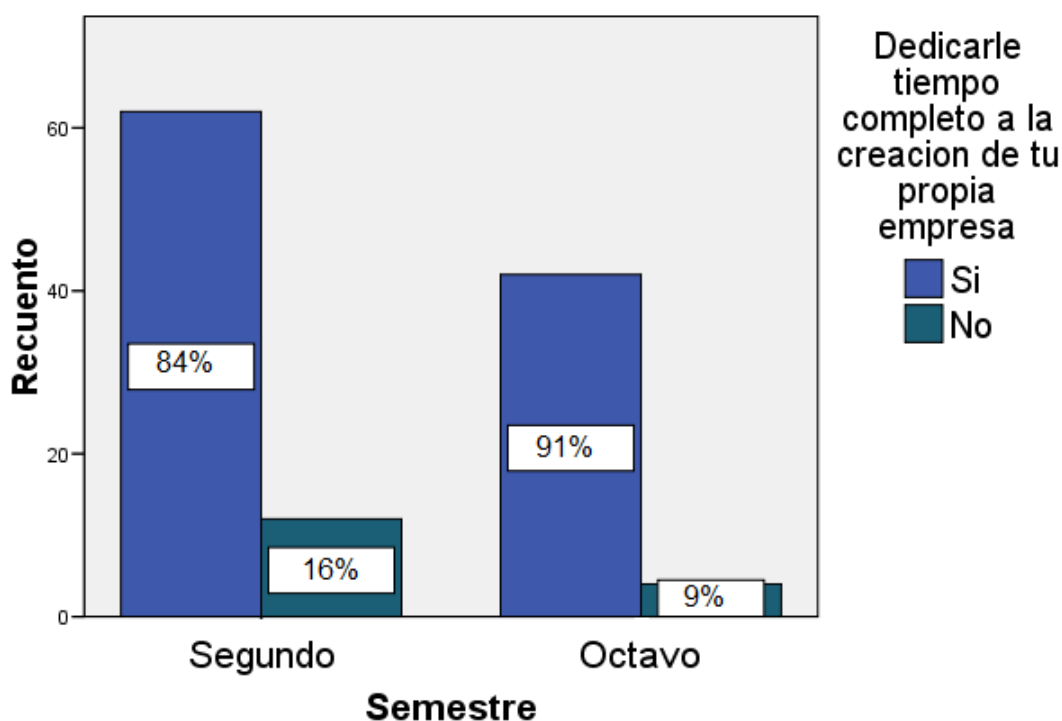
f) Dificultades del emprendedurismo

Tabla 34. Disposición de sacrificios personales de los encuestados

Recuento

| Sacrificio personal | | Dedicarle tiempo completo a la creación de tu propia empresa | | Total |
|---------------------|---------|--|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 62 | 12 | 74 |
| | Octavo | 42 | 4 | 46 |
| | Total | 104 | 16 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 29. Disposición de sacrificios personales de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En cuanto a dedicarle tiempo completo al proceso de creación, la gráfica 29 expresa que el 91% de los alumnos de octavo semestre manifestaron si al cuestionamiento

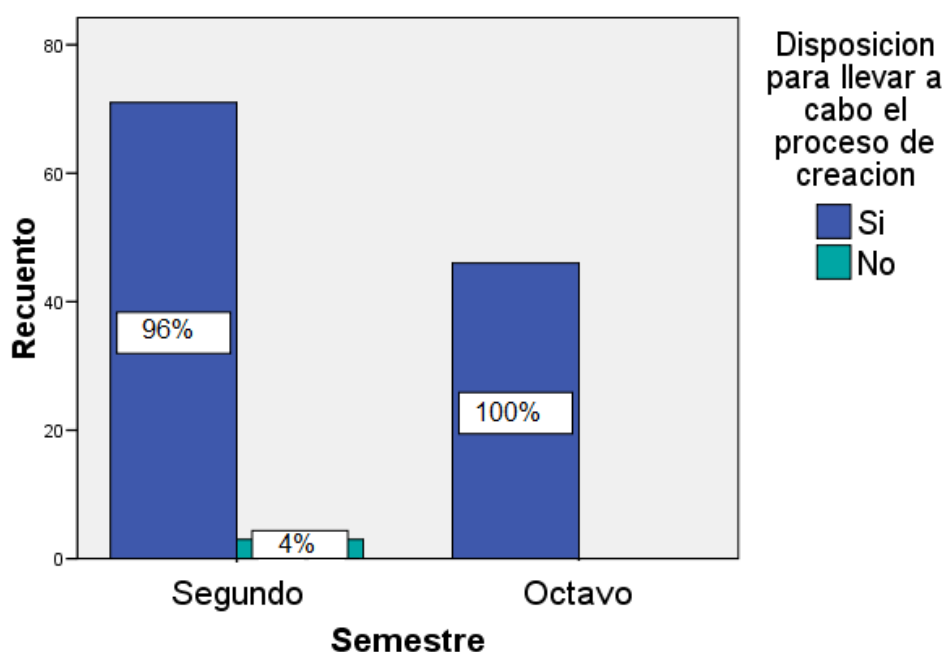
de dedicarse de tiempo completo al proceso de creación y un 84% para segundo semestre, que menciono si al mismo cuestionamiento. Por lo que se infiere que los alumnos de octavo semestre están por concluir sus estudios universitarios y tendrían el tiempo para dedicarle a incubar una idea de negocio, sin embargo, los alumnos de segundo semestre no tendrían el tiempo debido a sus clases y responsabilidades escolares.

Tabla 35. Disposición para llevar a cabo el proceso de creación de los encuestados.

Recuento

| Sobrecarga de responsabilidades | | Disposición para llevar a cabo el proceso de creación | | Total |
|---------------------------------|---------|---|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 71 | 3 | 74 |
| | Octavo | 46 | 0 | 46 |
| Total | | 117 | 3 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Gráfica 30. Disposición para llevar a cabo el proceso de creación de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

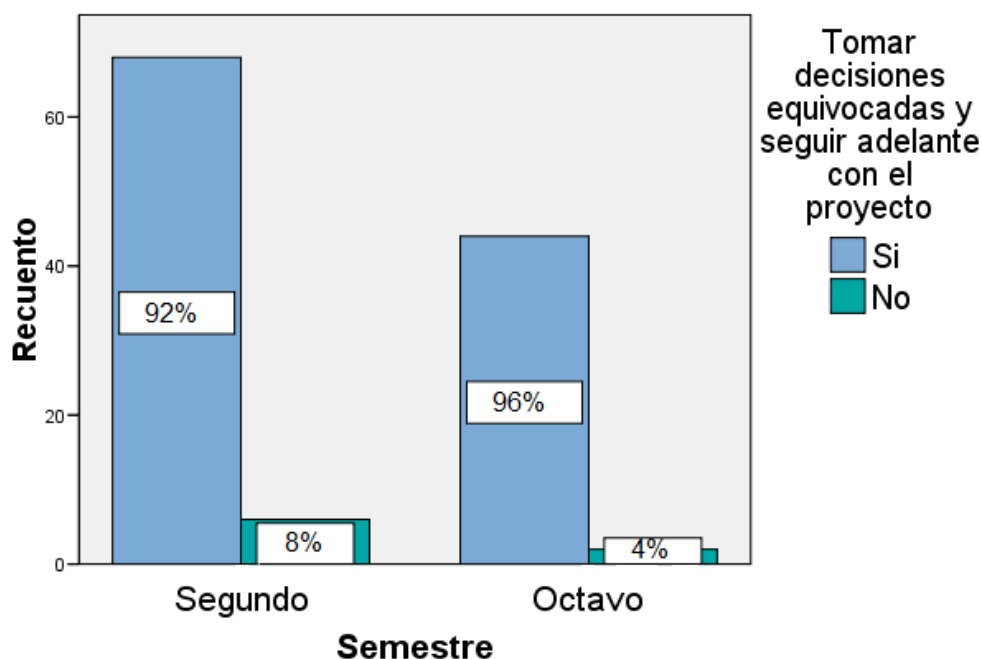
La gráfica 30 muestra que el 100% de los alumnos de octavo semestre mencionaron tener una mayor disposición para llevar a cabo el proceso de creación teniendo en cuenta que esto significa muchas ocasiones una sobrecarga de responsabilidades, y el 96% para segundo semestre quienes mencionaron si al mismo cuestionamiento, por lo que se infiere que los alumnos de octavo semestre tienen una mayor disposición a asumir esta responsabilidad debido a que tendrían mayor tiempo disponible una vez concluyendo sus estudios universitarios.

Tabla 36. Disposición para Tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto

Recuento

| Margen de error pequeño | | Tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto | | Total |
|-------------------------|---------|--|----|-------|
| | | Si | No | |
| Semestre | Segundo | 68 | 6 | 74 |
| | Octavo | 44 | 2 | 46 |
| Total | | 112 | 8 | 120 |

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.



Grafica 31. Disposición para Tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto.

Fuente: Elaboración propia con datos de campo, 2015.

En cuanto al margen de error pequeño que tienen los emprendedores la gráfica 31 muestra que el 96% de los alumnos de octavo semestre mencionaron un sí al cuestionamiento de si estarían dispuestos a tomar decisiones equivocadas y seguir adelante con el proyecto y un 92% para segundo semestre que contestaron si al mismo cuestionamiento, por lo que se deduce que los alumnos de octavo semestre manifestaron estar dispuestos a asumir este riesgo ya que esto les permitirá crecer y establecer un negocio propio y rentable.

8. Discusión

En relación con los antecedentes, la definición de emprendedurismo concuerda con las características expresadas por los alumnos de administración los cuales mostraron iniciativa, disposición para asumir riesgos, así como diferentes formas de innovar, esto corrobora las definiciones aportadas por Cantillon (1680-1734, y Knight 1947 citados por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, 2010)

Por otra parte existe el llamado “comportamiento planificado” de Ajzen (1991 citado por Pabón 2011), quien menciona que la actitud es un elemento clave para que una persona tenga la disposición de crear una empresa. Este comportamiento planificado tiene relación con el control conductual en el que el emprendedor percibe sus destrezas y habilidades para la creación de una empresa. Entre las destrezas y habilidades que definen a un emprendedor se tienen una serie de cualidades que determinan su forma de pensar y de actuar ante diferentes circunstancias, entre las cualidades observadas en los alumnos de octavo y segundo semestre destacan la disposición para tomar riesgos, dicha cualidad coincide con la cualidad señalada por Covin (1989, citado por García 2010), quien menciona que la propensión al riesgo se relaciona con el emprendedurismo, refiriéndose a esta como la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos, es decir estar comprometido con oportunidades bajo posibilidades de fracaso.

Otra cualidad evaluada que tuvo un alto porcentaje fue el “liderazgo”, la cual Rotter (1996, citado por García 2010), la define como locus de control interno, y se refiere a la capacidad de controlar los resultados esto quiere decir que las acciones que realizan las personas determinan los resultados que el individuo quiere obtener.

Lumpkin (1996, citado por García 2010), menciona que la pro actividad es la convicción de que la persona puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir los resultados requeridos, es decir tener la capacidad para realizar un trabajo o tarea concreta, esto coincide con las cualidades mencionadas por los alumnos encuestados quienes mencionaron tener confianza en sí mismos para

trabajar de manera independiente, así como determinación para crear su propio emprendimiento.

En lo que se refiere a los conocimientos administrativos y particularmente a la habilidad de los alumnos para llevar a cabo tareas administrativas tales como el proceso de creación, planeación, organización, dirección y control del proceso administrativo, en relación con los antecedentes hacen referencia a esta cualidad del emprendedor como autoeficacia mencionada por Bandura (1997, citado por García 2010), refiriéndose a la convicción de que la persona puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir los resultados requeridos, es decir tener la capacidad para realizar un trabajo o tarea concreta.

Referente a la innovación, ambos semestres mencionaron tener una buena habilidad para crear, mejorando o complementando algún producto existente, así como hacer invenciones mediante una forma nueva de satisfacer una necesidad, además de innovar creando un producto original y novedoso, dichos aspectos concuerdan con Vesga (2009, citado por Pabón 2011), el cual menciona a la innovación como un proceso deliberado que permite el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio, cuyos resultados están asociados al desarrollo emprendedor, de esta manera se infiere que las personas emprendedoras tienden a tener una actitud innovadora y creadora.

Otra actitud emprendedora la analiza Segal (2005, citado por Valencia Arias, Cadavid, Rios Echeverri, & Awad, 2012), quien reconoce tres categorías de estudiantes de las cuales dos tienen relación con este trabajo, los cuales son: “emprendedor puro”, haciendo referencia a aquellos estudiantes que indicaron su intención de crear su empresa al terminar sus estudios de licenciatura y en segundo lugar los “no emprendedores”, conformado por quienes no tienen intención de emprender sino consideran la opción de conseguir un empleo.

La clasificación sobre los diferentes tipos de emprendedores, mencionada por Segal (2005 citado por Valencia Arias, Cadavid, Rios Echeverri, & Awad, 2012), concuerda con los alumnos encuestados, ya que dicha clasificación está orientada a categorizar a los estudiantes de acuerdo a lo que planean hacer al concluir sus

estudios, dicho autor clasifica a los estudiantes en, emprendedor puro y no emprendedores. Por otra parte la clasificación sobre los tipos de emprendedores expresada por Bruyat & Julien (2001, citado por Osorio Tinoco, Gálvez Albarracín, & Murillo Vargas, 2010), es disímil a la expresada en los alumnos ya que dicha clasificación hace referencia a la forma en que los emprendedores asumen su emprendimiento, es decir que dicha clasificación está orientada a emprendedores que ya crearon un emprendimiento, haciendo mención a cuatro tipos de emprendedores, los cuales son: Emprendedor de imitación, Emprendedor de reproducción, Emprendedor de valorización, Emprendedor de aventura.

9. Conclusiones

Antes de entrar a fondo con las principales conclusiones que dejó este trabajo, se presentará un resumen de los resultados más sobresalientes de cada variable de estudio.

En lo referente a las cualidades del emprendedor los resultados muestran que:

- Los alumnos de segundo semestre manifestaron no tener miedo al fracaso al momento de crear su propio emprendimiento, en relación con los alumnos de octavo semestre.
- El segundo semestre obtuvo un mayor número de alumnos que mencionaron que han detectado alguna necesidad en su localidad, los de octavo no tienen esa perspectiva.
- En cuanto al liderazgo los alumnos de octavo manifestaron sentirse capaz de dirigir un grupo de trabajo y tener una buena habilidad para la toma de decisiones, contrario a los de segundo semestre cuyo nivel fue bajo.
- Los alumnos de octavo semestre poseen un mayor porcentaje de alumnos que manifestaron tener la determinación para trabajar de manera independiente.
- Con respecto a lo que realmente les gustaría desempeñar laboralmente en el futuro la mayor cantidad de alumnos que manifestaron crear su propia empresa fueron los alumnos de octavo semestre.
- En cuanto la confianza en sí mismos para poder crear su propio emprendimiento la mayor cantidad de alumnos fueron de octavo semestre.
- Los alumnos de segundo semestre tienen un mayor número de alumnos que mencionaron tener una buena habilidad para trabajar en equipo.
- En cuanto a la visión para analizar las necesidades del mercado se observó que hubo un mayor porcentaje de los alumnos de octavo semestre.
- El semestre que tuvo un mayor número de alumnos que mencionaron tener la intención de llevar a cabo una idea de negocio fueron los de octavo semestre.

En lo que se refiere al Conocimiento del proceso administrativo se observó que:

- El mayor número de alumnos de octavo semestre manifestaron conocer el proceso para elaborar un plan de negocios.
- Los alumnos de octavo semestre tienen un mayor número de alumnos que mencionaron conocer el proceso para elaborar un análisis FODA que forma parte de la planeación.
- En cuanto a la organización y el conocimiento de los trámites que una nueva empresa debe hacer los alumnos de octavo mencionaron tener un mayor conocimiento.
- En cuanto a la etapa de dirección los alumnos de segundo mencionaron tener una excelente habilidad para el logro de objetivos en equipo.

En lo que se refiere a las barreras y obstáculos notamos que:

- Los alumnos de octavo manifestaron tener una mayor disposición para dedicar tiempo y recursos para la creación de una empresa.
- Hubo un mayor porcentaje de alumnos de segundo semestre que mencionaron que la obtención de recursos financieros si sería un obstáculo para ellos para crear su propia empresa.
- Los alumnos de segundo semestre manifestaron estar de acuerdo en que la falta de experiencia y capacitación, causan el fracaso de las pymes.
- Los alumnos de octavo semestre manifestaron haber realizado algún trámite para la apertura de una empresa.
- La mayoría de los alumnos de octavo semestre no coincidieron en que el fracaso de las pymes se deba a que se tienen que enfrentar con grandes empresas.

En lo que se refiere a la innovación se concluye que:

- Los alumnos de octavo semestre manifestaron una mayor intención para mejorar o complementar un producto.

- Lo que se refiere a la invención los alumnos de octavo manifestaron tener una mayor capacidad para satisfacer una necesidad de una forma nueva.
- Los alumnos de segundo semestre tuvieron un mayor porcentaje de alumnos quienes expresaron tener capacidad para crear algún producto novedoso y original.

En lo que se refiere a los beneficios del emprendedurismo notamos que:

- Los alumnos de octavo poseen un mayor porcentaje de alumnos que manifestaron tener una preferencia por crear su propia empresa para ser su propio jefe.
- En cuanto a quienes alguna vez iniciaron un emprendimiento el porcentaje de alumnos de octavo semestre fue mayor.
- Los alumnos de octavo semestre mencionaron una mayor intención por crear su propio emprendimiento con la finalidad de tener el control sobre su negocio y sobre sus rendimientos.

En cuanto a las dificultades que implica un emprendimiento notamos que:

- La disposición a dedicarle el tiempo necesario al proceso de creación se observa una mayor intención de los alumnos de octavo semestre.
- En cuanto a la disposición para llevar a cabo el proceso de creación y la sobrecarga de trabajo que muchas veces implica, los alumnos de octavo mencionaron si comprometerse a realizar este proceso.
- Los alumnos de octavo semestre expresaron una mayor disposición para tomar decisiones en el proceso de creación y seguir adelante con el proyecto en caso de tomar decisiones equivocadas.

De acuerdo a un análisis de los resultados de los datos obtenido se puede decir que, de las nueve cualidades que definen a un emprendedor de acuerdo a la literatura, los alumnos de octavo semestre tuvieron un mayor porcentaje en seis cualidades tales como liderazgo, determinación, pasión, confianza, visión, hacer

que las cosas sucedan, y esto quizá se deba a que a lo largo de su carrera la universidad le fue inculcando estas cualidades, esto se puede establecer dado que los alumnos de segundo semestre obtuvieron un mayor porcentaje en solo en tres de las nueve cualidades, las cuales fueron, disposición a tomar riesgos, creatividad, y trabajo en equipo. Esto no significa que no tengan en alguna medida una de las otras cualidades sino que fue en estas tres en las que su porcentaje fue mayor, y es comprensible, debido a que aún falta que empiecen a tener un mayor vínculo con las actividades de la incubadora para que desarrollen las cualidades de emprendedurismo.

Respecto a las cuatro variables referentes a los conocimientos administrativos necesarios para el proceso de creación, de acuerdo con la literatura, los alumnos de octavo semestre tuvieron un mayor porcentaje en tres variables tales como, creación, planeación, y organización. La razón más evidente es que estos conocimientos los adquirieron a lo largo de su carrera profesional ya que los alumnos de segundo semestre solo obtuvieron un mayor porcentaje en una de estas variables que fue la de dirección, lo que expresa que estos conocimientos los van ir adquiriendo a lo largo de su carrera.

Como tercera conclusión se observó que la mayoría de los alumnos de octavo semestres no percibieron como una barrera u obstáculos las establecidas de acuerdo a la literatura, tales como los obstáculos personales, financieros, técnicos y administrativos, burocráticos, económicos, lo cual se puede deber a que varios de ellos ya hayan trabajado o creado algún tipo de emprendimiento lo que les permite tener soluciones a estos tipos de barreras y por su puesto más experiencia que los alumnos de segundo semestre.

Referente al ámbito de la innovación y respecto a las tres variables de acuerdo a la literatura se observó que los alumnos de octavo semestre tuvieron un mayor porcentaje en dos variables, las cuales fueron referente a creación e invención lo cual se puede atribuir a que a lo largo de su carrera fueron desarrollando estas cualidades.

Referente a los factores determinantes del fenómeno emprendedor la percepción de cómo desean obtener sus ingresos a futuro, los alumnos de octavo semestre visualizaron como un beneficio el crear su propio emprendimiento además de que muchos de ellos ya han creado alguna idea de negocio.

10. Recomendaciones

1.- La universidad a través de la incubadora de empresas debería buscar la forma de hacerles llegar más información a todas las licenciaturas sobre los servicios que ofrece para quienes quieren emprender un negocio, apoyando a los estudiantes en cuestiones como, asesoría técnica y financiera, así como hacerles saber los beneficio que tienen en cuanto a facilidades económicas por ser alumnos de la UAEM.

2.- Se recomienda que la incubadora de empresas organice conferencias respecto a los programas de apoyo a los emprendedores ya que muchos alumnos tienen buenas ideas de negocio pero no saben de los programas de apoyo para obtener recursos y muchas ideas de negocio no llegan al proceso de creación.

3.- Se recomienda que la incubadora de seguimiento a los proyectos presentados por los alumnos en las expo emprendedor, asesorándolos hasta el proceso de creación.

4.- Se recomienda que los programas y materias impartidos por la UAEM sean más prácticos que teóricos con el fin de desarrollar las habilidades emprendedoras de los estudiantes adaptando sus programas a las preferencias de sus alumnos.

5.-Se recomienda que la universidad promueva asistir a eventos de emprendedurismo tales como exposiciones, y eventos externos, para que los alumnos se inspiren en ideas o propuestas de negocio, además de poner generar contactos o socios para algún proyecto suyo.

Bibliografía

- ANUIES (2000), *La educación superior en el siglo XXI, líneas estratégicas de desarrollo. Una propuesta de la ANUIES, México*, (libro en línea) anuies.mx/21/htm/.
- Alejandro Valencia Urias, L. C. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de gerencia*, 132-148.
- Andrade, J. F. (2007). *Como crear y dirigir la nueva empresa*. Bogota.
- Cantillón., R. (2012). El ADN del emprendedor. *Entrepreneur.*, 92.
- Daniel, J. (1994). *Multiple Perspectives of entrepreneurship*. Estados Unidos : South- Western.
- Delors, J. (1996). *Informe a la UNESCO de la comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Francia: Ediciones UNESCO.
- E. Lerma Kinchner, A., Martin Granados, M. A., V. Castro Martínez, A., Flores Becerril, M. E., Martínez Frias, H. F., E. Mercado García del Valle, M., y otros. (2007). *Liderazgo emprendedor*. Mexico: Cengage Learning.
- Eker, T. H. (2005). *Como Lograr una Mente Millonaria*. Mexico: Sirio.
- Fernández Rodríguez, Z., Romero Martínez, A. M., & Vázquez Inchausti, E. (Septiembre- diciembre de 2007). Privatización e iniciativa emprendedora. El efecto del entorno competitivo. *Academia Europea de Direccion y Economia de la Empresa* , 13(3), 199-216.
- Fuentes, M. G. (2012). Asesoría mas recursos mas contactos. *Entrepreneur*, 68-70.
- García, D. (enero-agosto de 2006). Discurso oficial y adversidad. Implantación de la modalidad emprendedora en México. *Trayectorias*, 8(20-21), 139-151.
- García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (CEO). *Revista latinoamericana de psicología*, 42(1), 41-52.
- González Campo , C. H., & Gálvez Albarracín, E. J. (2008). Modelo de emprendimiento en Red-Mer. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista Latinoamericana de Administracion*(40), 13-31.
- Gray, D., & D. , C. (1994). *Cómo evaluar su potencial emprendedor*. España.
- J.B.Say. (2012). El ADN del emprendedor. *Entrepreneur*, 92.

- Kao, J. (1989). *Entrepreneurship, creativity and organization* . Estados Unidos: Prentice Hall.
- Lawrence, F. (1990). *Entrepreneurial Strategies*. Estados Unidos: PWS-Kent Publishing.
- Maximiano, A. C. (2008). *Administración para Emprendedores*. Mexico.
- Munch, L. (2007). *Administración escuelas, proceso administrativo, areas funcionales y desarrollo emprendedor*. México.
- Nicholas, S. (1980). *The sociology of the entrepreneur*. Canadá: McMaster University.
- Osorio Tinoco, F. F., Gálvez Albarracín, E. J., & Murillo Vargas, G. (enero-junio de 2010). La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis. (U. d. Valle, Ed.) *Cuadernos de administracion*(núm. 43), 65-80.
- Pabón, R. M. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista escuela de administración de negocios*(71), 70-83.
- Pérez, F. V. (mayo-junio de 2006). Educación Emprendedora. *Pharos*, 13(1), 59-65.
- Santín, A. (2012). El ADN del emprendedor. *Entrepreneur*, 93.
- Sergio, D. M. (Mayo de 2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad- CTS*, 8(23), 67-87.
- Stephen, H. (1991). *Guide to starting your own business*. Estados Unidos: McGraw-Hill.
- Uribe Toril, J., Jaime de Pablo, V., & Bonilla Martínez, J. (2013). El desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Intangible Capital*, 9, 644-677.
- Valdes, L. (2009). *El dado de 7 caras*. México: Norma.
- Valencia Arias, A., Cadavid, L., Rios Echeverri, D. C., & Awad, G. (Enero-marzo de 2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de gerencia*, 17(57), 132-148.