



**XVI CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN
DOCENCIA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

**EMPRENDEDURISMO Y PROPENSIÓN A LA CREACIÓN DE NEGOCIOS DE
LOS ESTUDIANTES DE LA FCA DE LA UAEMEX, TOLUCA, ESTADO DE
MÉXICO.**

AUTORES:

M. EN A. MARÍA DEL CARMEN HERNÁNDEZ SILVA

M. EN A. MIGUEL OCTAVIO CABALLERO SANTIN

M. EN A. JOSÉ ANTONIO MONROY RAMÍREZ

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO

ÁREA TEMÁTICA:

DESARROLLO INTEGRAL DE LOS ALUMNOS

Resumen

México vive actualmente una profunda transformación política y estructural que radica en la carencia de una correcta planeación, una eficiente administración de sus recursos, profesionistas bien preparados y visionarios además de mano de obra capacitada y altamente productiva. El papel que juegan tanto catedráticos como tutores en la Universidad Autónoma del Estado de México en la formación de los jóvenes es fundamental para asegurar el éxito de sus proyectos de negocios además de promover el desarrollo y adquisición de herramientas y habilidades mentales para encaminar su vida profesional hacia la consecución de logros reales, luego entonces propulsar y motivar el desarrollo de la sociedad.

De este modo, este documento plantea la necesidad de que la UAEM implemente una propuesta estratégica, innovadora y preciso, que estructure un programa real (sobre todo eficaz y eficiente) que permita la temprana detección, entrenamiento, apoyo y desarrollo de jóvenes emprendedores universitarios con el fin de impulsar la creación y consolidación de nuevas empresas en el Estado de México, así mismo innovar y acrecentar los proyectos en marcha; todo esto basándose en el análisis detallado de la propensión de los alumnos universitarios a iniciar un negocio propio y de su perfil emprendedor.

Palabras Clave

Emprendedor, emprendedurismo, perfil emprendedor, autoempleo, incubación.

**EMPRENDEDURISMO Y PROPENSIÓN A LA CREACIÓN DE NEGOCIOS DE
LOS ESTUDIANTES DE LA FCA DE LA UAEMEX, TOLUCA, ESTADO DE
MÉXICO.**

ÍNDICE

| | Página |
|--|---------------|
| Introducción..... | 2 |
| Entorno económico de las PyMES en México..... | 3 |
| Emprendedurismo..... | 6 |
| Enfoques teóricos y modelos existentes..... | 7 |
| Perfil característico de un emprendedor..... | 7 |
| Emprendedores en Instituciones de Educación Superior..... | 9 |
| Metodología..... | 12 |
| Objetivo general..... | 12 |
| Objetivo particular..... | 12 |
| Preguntas de investigación..... | 13 |
| Población y caracterización de la muestra..... | 13 |
| Hipótesis y variables..... | 14 |
| Resultados obtenidos..... | 18 |
| Comparativo de los resultados obtenidos en las 3 licenciaturas..... | 20 |
| Propuestas para el desarrollo de emprendedores..... | 20 |
| Puntos estratégicos..... | 22 |
| Conclusiones..... | 23 |
| Bibliografía..... | 24 |

Introducción

Durante las últimas décadas, México se ha visto obligado a participar e integrarse en una compleja dinámica internacional que le ha exigido competir en igualdad de circunstancias con las principales potencias del mundo y con países que han acelerado vertiginosamente su crecimiento. Esta dinámica, conocida comúnmente como globalización, comprende temas dignos de análisis e interpretación, tal y como lo son el comportamiento de variables económicas que reflejan el nivel de vida de sus habitantes y su calidad de vida.

El concepto del emprendedurismo ha llegado a formar parte de una estrategia de crecimiento económico a nivel internacional y se ha fortalecido durante las últimas décadas mediante acciones concretas, investigaciones, teorías, modelos y programas específicos; el emprendedurismo social, que en esencia busca crear soluciones para los segmentos de la población con mayores rezagos, *no es una moda en México*, es una necesidad vital si deseamos tener un crecimiento económico sostenible.

Adicionalmente, la incubación de empresas, herramienta cuya popularidad se ha incrementado alrededor del mundo, se propone como un programa que bien implementado ha generado un sin número de negocios exitosos a nivel mundial partiendo de una simple idea de negocio o de un plan de negocios

Este artículo tiene como principal propósito el de enmarcar al autoempleo como una alternativa de solución real al desempleo. Se presenta al estudiante universitario como un potencial emprendedor cuyas habilidades deben de ser explotadas y desarrolladas durante sus estudios universitarios por las mismas instituciones educativas.

Entorno económico de las PyMES en México

La teoría económica clásica sobre la que se basó la economía moderna es inalterable, ineludible y se mantiene vigente a pesar de las reflexiones actuales sobre las relaciones económicas internacionales y la evolución del intercambio comercial. Mientras que los autores clásicos identifican a las ventajas competitivas como beneficios obtenidos de manera natural, las ideologías actuales indican que pueden ser aportadas hoy en día gracias a modernos procesos productivos, la aplicación de nuevas tecnologías, la existencia de capitales de riesgo, el uso de créditos, una mejor educación, modernos modos de transporte, niveles relativos de sueldos y tipos de cambio flexibles (Blaug, 2007).

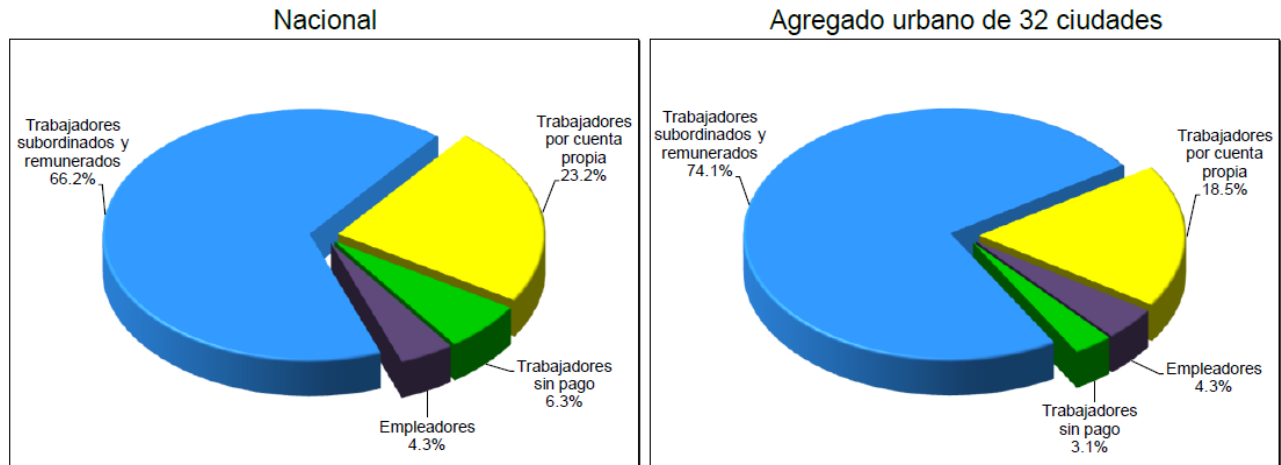
Actualmente México es un país medianamente desarrollado, con una mezcla de industrias y sistemas agrícolas que contrastan entre la modernidad y la obsolescencia, aumentando el dominio que ejerce un grupo muy cerrado perteneciente al sector privado sobre ellas cada día que pasa. Sus políticas económicas se encuentran muy bien fundamentadas y presentan una estrategia de crecimiento muy bien estructurada, superada solamente por la incorrecta ejecución, implantación y seguimiento de la que son víctimas. Como consecuencia de lo anterior, mucha gente ha optado durante muchos años por migrar hacia los Estados Unidos en busca de elevar su calidad de vida. Las remesas enviadas a México por estos trabajadores, que representan la segunda entrada más importante de divisas al país después de la exportación de petróleo durante el 2009 ascendieron a 21.9 millones de dólares y durante el 2006 a 24.7 millones (Banco Mundial, 2009).

La tasa de desocupación de la PEA (Población Económicamente Activa) a nivel nacional durante el primer y segundo trimestre del año 2007, fue de 3.2 % y 3.4 % respectivamente, siendo mayor en ambos casos la correspondiente al Estado de México con un 4.4 % y 4.9 % (SEDECO, 2009).

Adicionalmente, el INEGI por medio de la misma encuesta detectó que la tasa de desocupación de la PEA para el municipio de Toluca fue de 4.7 % en el año 2009.

Gráfica 1.1

Información para el Valle de Toluca sobre personal ocupado (2013).



FUENTE: INEGI, ENOE Primer Trimestre 2013.

Dentro de los datos más relevantes que arrojó el ENOE (2013) durante los dos primeros trimestres del 2009 encontramos que en el sector informal laboran 1'786,190 personas (31.3% del total de la PEA (2009) y que los trabajadores por cuenta propia se incrementaron en 88,869 personas en comparación con el mismo período del año anterior. La población sub ocupada (con mayor número de horas disponibles para trabajar) aumentó 88.14% en comparación con el año pasado. El mercado laboral del Estado de México es el más importante del país concentrando el 13.45 % de la PEA (supera con 1.7 millones de personas al Distrito Federal) con un promedio de edad de 36.6 años y 9.3 años de escolaridad. Los habitantes del Estado de México laboran en promedio 44.3 horas semanales con un ingreso de 25.2 pesos por hora (INEGI, 2009).

El autoempleo es una acción individual independiente tomada como una alternativa al empleo, siendo fundamentada en la motivación interna, en la cual juega un rol muy importante el autoestima (los individuos generar sus propios puestos de trabajo partiendo de habilidades personales). Desde esta óptica, el emprendedurismo es consecuencia del autoempleo. Álvaro Valdés (2000), define al autoempleo como "la capacidad de desarrollar personalmente una actividad económica lucrativa de forma habitual, por cuenta propia, con independencia y sin percibir contraprestación alguna de naturaleza salarial".

El perfil del emprendedor característico en México es el de una persona mayor a los 40 años de edad con nivel académico de licenciatura completa. Un 65% de las empresas fundadas por estos emprendedores son representadas por las empresas familiares, siendo que el 50% de éstas no aplican herramientas para la mejora continua. Es importante mencionar que más del 80% de éstas empresas no tienen presencia en el extranjero debido a costos de fletes, operaciones y aranceles a pagar cuando se realizan exportaciones a otros países. Debido al rígido enfoque de la educación recibida por las personas que integran este grupo, la apertura de un negocio dispone de una baja inversión del capital utilizado como consecuencia de la renuencia a solicitar créditos bancarios y a la falta de información acerca de apoyos gubernamentales (CIPI, 2007).

En México son creadas 200,000 empresas anualmente (de las que 75% cierra operaciones antes de cumplir los 2 años) (**Emprendedores Universo Pyme, Fernando Fabre, 2007**), siendo la falta de oportunidades laborales el principal motivador para ello. José Clemente (2007) hace referencia a que solamente el 10% de las PYMES en México sobreviven por más de 10 años siendo esta una constante durante las últimas décadas principalmente debido a que son proyectos que no cuentan con la convicción de generar un negocio propio, sustentable y perdurable a través del tiempo y la falta de cultura empresarial (falta de visión y experiencia, deficiencias productivas, incongruencias operativas, desconocimiento de sistemas básicos de gestión, planificaciones inexistentes y carencias directivas). Cabe mencionar que México ocupa el lugar 61 en cuanto a las facilidades para abrir un negocio (el trámite tarda 27 días en promedio), otorgándonos un termómetro muy precioso para poder situar el lugar que ocupa México actualmente en cuanto políticas económicas y eficiencia gubernamental (Banco Mundial, 2007).

Emprendedurismo

El emprendedurismo representa uno de los principales motores de crecimiento económico que en conjunto con adecuadas políticas económicas activa el progreso económico, la creación de empleos y ajustamiento social. Malecki (1997), dice que existe una íntima relación entre el emprendedurismo y el desarrollo local y regional, mientras que *Reynolds (2001)*, menciona que con él se acelera la innovación, el desarrollo tecnológico y la generación de empleos.

Bolton y Thompson (2000) definen al emprendedor como una persona que habitualmente crea e innova cosas de valor partiendo de todo tipo de oportunidades. Estos líderes emprendedores pueden ser una persona o un equipo liderado por una persona en específico, quienes pueden crear y marcar una diferencia en la vida de muchas personas. Las personas normales pueden ser creativas e innovadoras durante sus vidas pero los emprendedores crean cosas sustanciales. Debido a lo anterior, no todas las personas pueden llegar a ser emprendedores y sería un error hacer pensar a las personas que pueden llegar a serlo, existiendo 3 tipos de líderes emprendedores: los transformadores, los aventureros y los internos.

Enfoques teóricos y modelos existentes

A continuación se presenta una tabla con algunas de las investigaciones de mayor relevancia sobre el tema emprendedor a nivel mundial y que han sido publicadas recientemente en diferentes medios electrónicos e impresos de renombre:

Perfil característico de un emprendedor

En el 2003, Bolton y Thompson, identificaron una serie de características emprendedoras a partir de observar a emprendedores exitosos a través de muchos años e identificaron con claridad una serie de patrones que se presentaban de manera repetitiva en ellos, las cuales eran desarrolladas mediante la experiencia y técnicas particulares; éstas personas, los emprendedores, muestran estas características de manera natural, constante y paulatina, en donde unas son más fuertes que las otras. En el Reino Unido definieron un perfil común de los emprendedores que contempla los siguientes factores: Enfoque, ventaja competitiva, creatividad, equipo, sociedad y ego, (Gürol ,2006) mediante un estudio hecho en Turquía, definió 6 rasgos propios de los emprendedores: necesidad de logro, locus de control, propensión a la toma de riesgos, tolerancia a la ambigüedad, innovación y confianza propia. El batallar con la incertidumbre que se genera por la falta de información, permite conceptualizar a la tolerancia a la ambigüedad como la orientación de cada persona para tomar decisiones efectivas ante situaciones ambiguas. Gürol menciona que a excepción de la tolerancia a la ambigüedad y la confianza propia, todos los demás rasgos tienen altos estándares entre los emprendedores. Los resultados de su investigación indican que los emprendedores tienen altos rasgos innovadores, una necesidad de logro, buen control interno y una tendencia a tomar riesgos.

| Investigación publicada | Autor(es) | Abstract |
|---|--|---|
| Educación para Emprendedores basada en acciones | Einar Rasmussen Roger Sørheim | Las universidades se enfocan en aumentar la motivación y competitividad de sus egresados para dirigir proyectos y convertirse en emprendedores a través de actividades en grupo y mediante redes de contactos. |
| Las facetas de los emprendedores: identificando el potencial emprendedor | John L. Thompson | Todas las personas que inician un negocio varían en sus talentos para emprender y tienen diferentes temperamentos. se definen 6 características propias de los emprendedores que elevan la pre valesencia y el éxito de sus negocios. |
| Actividades emprendedoras en instituciones europeas | Robert D. Hisrich Barra O'Cinneide | Las instituciones educativas han implementado programas académicos con impacto trascendental para la creación de nuevas empresas en Europa. |
| Capacitando el ser emprendedor: Un caso Sueco | Magnus Kolfsten | Con el objetivo de estimular el desarrollo de nuevas las empresas y universidades suecas han creado cursos, programas de capacitación y unidades de innovación. |
| Características propias de emprendedores entre los estudiantes universitarios | Yonca Gürol Nuray Atsan | Se presentan 6 características propias de los estudiantes con perfil emprendedor, los cuales toman riesgos, son innovadores y tienen necesidades de logro. |
| El perfil psicosocial del emprendedor universitario | Juan A. Moriano José Palací José Morales | Se han encontrado variables psicosociales en México que permiten predecir la intención de crear una empresa o de autoemplearse. |
| Características individuales emprendedoras y potencial de éxito emprendedor | Wing-Ki Wong Hong-Man Cheung | Muchos programas sobre el tema emprendedor han sido implantados y la importancia de los programas de selección de los participantes cada vez es mayor. |
| Incubación, tecnología y centros de innovación en Suiza: Implicaciones | Alan Thierstein Beate Wilhelm | Durante los 90s una política de innovación en conjunto con tecnología federal y esfuerzos probados, solucionaron el problema del déficit de empleos en Suiza. |

La necesidad de logro se presenta como una serie de actitudes, como buscar constantemente alcanzar objetivos, resolver distintos problemas y esforzarse para afrontar grandes retos. Esta necesidad de logro es impulsada por el locus de control interno el cual permite a los emprendedores alcanzar sus objetivos. El locus de control, es mencionado con mucha frecuencia y realzado por los profesores en los Estados Unidos. La Doctora Vicki Goodwin, profesora de la Universidad del Norte de Texas, hace énfasis en ambos tipos de locus de control, tanto el interno como el externo. John Mullins (2006) propuso el ciclo de los emprendedores, el cual se basa en

que este tipo de personas se trazan y persiguen oportunidades sin importar los recursos con los que disponen en dicho momento.

Los factores individuales, sociales y ambientales definen y desarrollan las actitudes y características propias que los individuos presentarán durante el resto de sus vidas. Acorde a la investigación hecha por Gürol (2006) los rasgos sociales examinan aspectos como los antecedentes familiares, la integración familiar, la etapa de los estudios, las experiencias de vida y el ambiente de crecimiento. Los factores ambientales analizan factores como el PIB, nivel de vida, impuestos, oportunidades durante los estudios, condiciones del mercado, estabilidad social, apoyo comunitario y cultura económica. Los individuales hablan de la personalidad de los individuos. Gürol al considerar estas 3 características, concluyó que los emprendedores poseen valores, características y actitudes únicas, que los impulsan y los diferencian del resto.

Emprendedores en Instituciones de Educación Superior

Se han intentado explicar las fuentes del emprendedurismo basándose en rasgos y tipos de personalidad sin éxito. El espíritu emprendedor se fortalece durante la juventud y permite comprender que el autoempleo puede llegar a ser una salida empresarial.

Etzkowitz (2000) espera que las universidades jueguen un nuevo rol en la sociedad, en adición a la investigación y enseñanza, al proponer un “tercer rol” en el desarrollo económico. Las instituciones de educación superior pueden contribuir al crecimiento económico indirectamente por medio de la educación de futuros emprendedores y directamente por la comercialización de sus productos de investigación.

Muy pocas universidades en otros países ofrecen un título o programa oficial especializado en este tema, él cual, se ha topado con la problemática de un campo de estudio recientemente explorado que cuenta con limitada teoría. Cada universidad tiene un enfoque diferente sobre sus objetivos y métodos de enseñanza del tema emprendedor. Hisrich (1996) realizó una investigación en 109 universidades, de las cuales, 69 realizan investigación sobre este tema, 64 ofrecen cursos, 63 ofrecen programas prácticos y 13 estuvieron directamente relacionados con la creación de empresas. Su estudio enfatiza que las universidades ya reconocen la importancia de

entender y enseñar el tema emprendedor como parte integral del fomento al crecimiento económico.

Siendo la Universidad Autónoma del Estado de México se encuentra actualmente entre las 10 mejores Universidades a nivel Nacional y entre las primeras 100 mejores internacionalmente; siendo nuestra máxima casa de estudios altamente reconocida también se creó un programa de apoyo interno dentro de la Facultad de Contaduría y Administración; llamado: *Centro de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPyME)*, para impulsar a todos los emprendedores que se acerquen a solicitarlo, y teniendo como objetivo principal los estudiantes egresados de la misma.

Las universidades deben de tomar en cuenta el ambiente en el cual se desenvuelven, barreras y oportunidades, para poder enfocar sus ideas y proyectos a satisfacer las necesidades del mismo. Se tienen que analizar detenidamente los objetivos particulares que persiguen estas y el contexto en el que son perseguidos (este contexto hace referencia al apoyo interno de la universidad y al ambiente empresarial de la región en donde se ubican). Cada programa debe de ser diseñado y estructurado acorde a los recursos, la mentalidad, las intenciones, la visión, y los rasgos culturales característicos de cada región.

Las universidades pueden fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes mediante una oferta de conferencias y cursos impartidos por personas experimentadas, la creación de casos de estudio, y la promoción de cursos bien diseñados. Aunque los catedráticos han seleccionado una profesión académica, aún pueden ser motivados a involucrarse en actividades relacionadas con la enseñanza, como directores, consultores y asesores de de proyectos. Estos profesores deben de contar con un buen currículo además de material de apoyo, casos de estudio y efectivos métodos de enseñanza que involucren grupos de estudiantes en actividades dinámicas y únicas. Aunado a esto se necesita integrar un grupo sólido de emprendedores que apoyen este proyecto, cuya experiencia y conocimiento, impulsen a alcanzar los objetivos planteados. Estos emprendedores deben de provenir de diferentes contextos y poseer conocimientos complementarios a los demás, integrando un consejo consultor para que las universidades tomen ventaja de ellos y hasta establezcan una asociación real con la industria local.

Thierstein y Wilhelm (2001) identificaron 3 métodos efectivos para seleccionar a emprendedores y proyectos para participar en los programas de incubación existentes:

- ***El método del campeón*** – En una primer fase, ideas de nuevos proyectos son agrupadas y los estudiantes toman cursos para aprender cómo iniciar un negocio. La segunda fase es conocida como “fase de la parrilla” donde las mejores ideas son seleccionadas por un panel de expertos. Aquellos que pasaron esta etapa, serán entrevistados por un panel de 9 emprendedores exitosos.
- ***El método pragmático*** – Este método recae en la experiencia personal y el feeling del administrador de la incubadora en cuestión, ya que mediante una entrevista profunda es cómo evalúa a los candidatos. Aunque este método es subjetivo e intuitivo ha dado buenos resultados debido a que los entrevistadores cuentan con experiencia relevante en el campo y están muy bien preparados.
- ***El método del plan de negocios*** – Innovación, planeación, tecnología, financiamiento y potencial del mercado meta son los criterios más importantes a evaluar por un panel de expertos.

Bécharde y Toulouse (1997) sugieren que el conocimiento sobre el emprendedurismo puede ser agrupado en 3 categorías:

1. Orientación y conocimiento
2. Creación de nuevas empresas
3. Administración de nuevas empresas: supervivencia y crecimiento

No existen estrategias altamente efectivas y definitivas, la clave reside en el trabajo en equipo, en un ambiente sano y altamente productivo que genere las condiciones necesarias para impulsar el desarrollo económico interno en nuestro país. Como empresarios, académicos y profesionistas simplemente debemos de hacer lo que nos toca, cumplir con nuestras obligaciones de manera cabal y eficiente e integrarnos bajo una misma ideología: la de impulsar el sector productivo y de consumo de México.

Metodología

La metodología aplicada en este estudio fue tanto cuantitativo como cualitativo de segunda mano, ya que se realizó la aplicación de un cuestionario a un número determinado de alumnos y se procesó la información en un modelo estadístico al aplicar el programa de SPSS, aunado a esto las fuentes de información a las que se hace referencia que son de segunda mano nos dan la pauta a la metodología cualitativa que también concuerda y es verificada por el estudio cuantitativo realizado.

Objetivo general

Determinar qué relación existe entre el perfil emprendedor y el interés de los alumnos de licenciatura de la Facultad de Contaduría y Administración por emprender su propio negocio comparando los resultados de las licenciaturas en administración, informática administrativa y contaduría.

Objetivo particular

- Describir el perfil emprendedor de los alumnos de las diferentes licenciaturas de la Facultad de Contaduría y Administración.
- Identificar y adaptar el instrumento de medición para perfil emprendedor y propensión a emprender de jóvenes universitarios.
- Detectar las áreas de oportunidad de la Facultad que pueden ser aprovechadas para impulsar el desarrollo de habilidades emprendedoras.
- Proponer acciones que hayan sido probadas exitosamente por otras universidades a nivel internacional y que beneficien a los jóvenes en el tema emprendedor. Comparando mediante un seguimiento por parte de la Facultad de Contaduría y Administración a los egresados y que sean emprendedores, con los datos de los egresados en otras entidades educativas pares, que le den el seguimiento correspondiente a sus egresados también, por supuesto se tiene que empatar la información entre ambas instituciones, mediante un cruce de información.

Preguntas de investigación

- ¿Existe una relación positiva entre los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración que poseen el perfil emprendedor y quienes presentan una propensión por emprender su propio negocio?
- ¿Qué habilidades emprendedoras se presentan con mayor frecuencia entre los alumnos de la Facultad?
- ¿En qué medida los alumnos de la Facultad desean emprender negocios propios al terminar sus estudios universitarios?
- ¿Los alumnos consideran que el programa de estudios de su Licenciatura ha desarrollado y fortalecido sus habilidades emprendedoras?

Población y caracterización de la muestra

La recolección de datos primarios utilizados en esta investigación se realizó mediante la aplicación de cuestionarios a jóvenes entre 18 y 25 años de edad que actualmente se encuentran cursando sus estudios de Licenciatura en las Facultades de Contaduría y Administración, Ingeniería y Turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México. Acorde al informe estadístico de la UAEM presentado en conjunto por la Secretaría de Docencia, la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados y la Secretaría de Planeación y Desarrollo Institucional, la matrícula inscrita en el periodo escolar 2009-2010 fue de 32,991 alumnos a nivel licenciatura. El número oficial de alumnos inscritos de la Facultad de Contaduría y Administración es de 1,985. De este modo, para esta investigación se consideró un universo de 1,985 sujetos, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7.5%. Se ingresaron al software **de SPSS** versión 20.0.0 los siguientes datos:

| | | |
|------------------------------|---|-------------------|
| - Tamaño de la población | = | 1,985 estudiantes |
| - Nivel de confianza deseado | = | del 95 % |
| - Margen de error deseado | = | del 7.5 % |

El número del tamaño óptimo de la muestra para dicha investigación arrojado por el programa es de **157** sujetos. Debido a las características de la población, esta cifra nos otorga la relevancia y la validez necesaria de una muestra representativa.

Hipótesis y variables

- Todos los alumnos de la Facultad poseen un perfil emprendedor.
- Los alumnos perciben que su preparación universitaria es suficiente para emprender sus propias empresas.
- Los alumnos consideran al autoempleo como opción real para desarrollarse profesionalmente.
- Existe una correlación positiva entre las variables “desarrollo de emprendedores” e “interés de emprender un negocio propio”.

Cuadro 4.1 Variables y dimensiones estudiadas.

| Variable | Dimensiones | Definición conceptual ¿Qué es? | Definición operacional ¿Cómo se mide? |
|-----------------------------|--|--|---|
| Perfil de un Emprendedor | | Desarrollo de las habilidades de Aquellas personas que habitualmente crean e innovan cosas de valor partiendo de todo tipo de oportunidades (Bolton y Thompson, 2000). | <input type="checkbox"/> Cuestionario de 3 dimensiones Integrado de 24 reactivos. <input type="checkbox"/> Se utiliza escala de Likert del 1 al 5 en la que 1 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. |
| | Características de un emprendedor | Enfoque, ventaja competitiva, creatividad, equipo, sociedad y ego son características de Emprendedores exitosos a través de muchos años. (Bolton y Thompson, 2003) | <input type="checkbox"/> Basado en el marco desarrollado por Bolton y Thompson para identificar emprendedores se realiza un apartado de 10 preguntas basado en las facetas que muestran los emprendedores. <input type="checkbox"/> Reactivos del número 32 al número 42 |
| | Innovación y Motivación | Habilidad de crear, modificar, improvisar, imaginar alternativas buscar nuevos enfoques, idealizar, a base de voluntad, constancia, una mente abierta, activa e inquieta (Goldenberg, 1999). | <input type="checkbox"/> Reactivos número 1, 2 y 13. |
| | Factores que influyen en la formación de Emprendedores | Los factores individuales, sociales y ambientales ayudan a definir y desarrollar las características que presentaran los individuos y actitudes durante el resto de sus vidas (Gürol, 2006). | <input type="checkbox"/> Escala de factores que propician la creación de una empresa de Moriano, Palací y Morales (2006). <input type="checkbox"/> Reactivos del número 20 al número 31 y del número 14 al número 19. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Interés por emprender un negocio propio | | El espíritu emprendedor se fortalece durante la juventud y permite entender que el autoempleo puede llegar a ser una salida empresarial (Thierstein y Wilhelm, 2001). | <input type="checkbox"/> Cuestionario de 3 dimensiones cada uno Integrado de 10 reactivos. <input type="checkbox"/> Se utiliza escala de Likert del 1 al 5 en la que 1 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. |
| | Preparación y desarrollo de Estudiantes universitarios | Las universidades en adición a la investigación y enseñanza, contribuyen al emprendedurismo, desarrollo de nuevos proyectos y desarrollo económico (Etzkowitz, 2000). | <input type="checkbox"/> Reactivos número 3, 9 y 12, |
| | Participación en programas de incubación De empresas. | Las incubadoras varían en servicios, estructura, organización y tipos de clientes, mostrando flexibilidad, metas bien definidas y están a la vanguardia de programas y tecnología (Wellborn, 2001). | <input type="checkbox"/> Reactivos número 4, 6 y 10. |
| | Barreras que confrontan los Emprendedores | El cambio en la forma de vida, riesgo financiero y social, falta de habilidades y de compromiso al autoempleo (Pihkala, 2000). | <input type="checkbox"/> Reactivos número 5, 7, 8 y 11. |

En la figura 4.1 se especifica la manera en que operacionalmente serán cuantificadas estas dimensiones, por medio del instrumento de medición, para que fuesen analizadas posteriormente.

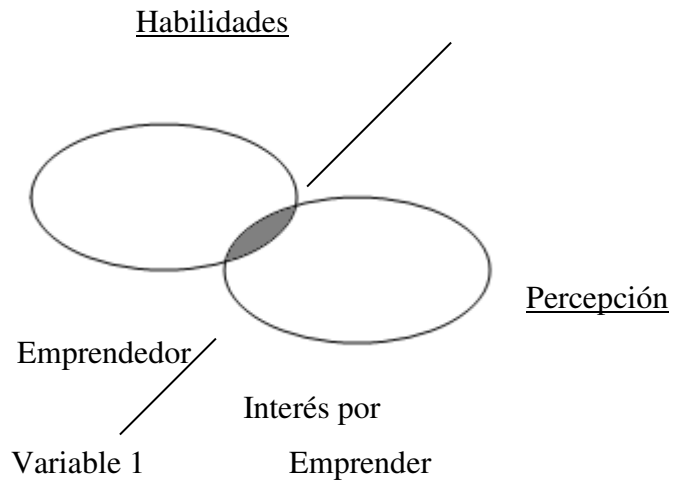
Modelo diseñado para el estudio del emprendedurismo y propensión a la creación de negocios de los estudiantes de la FCA de la UAEMex, Toluca, Estado de México.

Figura 4.1 Modelo diseñado.

Factores Internos

Sub-variables:

- 6 Características clave
 1. Enfoque
 2. Ventaja competitiva
 3. Creatividad
 4. Ego (Locus de control)
 5. Perfil
 6. Trabajo en Equipo
 7. Sociedades



- Habilidad de Innovar y Motivar

Variable 2

- Factores facilitadores

Factores Externos

Sub-variables:

- Barreras
- Incubación de empresas
- Preparación y desarrollo

El modelo pretende describir el grado y las características de la relación existente entre los alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración que poseen perfil emprendedor y los que tienen el interés por emprender un negocio. Se ha visualizado el modelo como la intersección de 2 grandes polos muy bien delimitados: el individuo y los factores externos que influyen su percepción personal sobre tener un negocio propio.

Mediante este diagrama, se visualiza el modelo que explica la relación existente entre las variables “Perfil Emprendedor” e “Interés por Emprender” en los alumnos de la FCA. Este modelo es una integración de los modelos desarrollados por Bolton y Thompson (2000, 2003) y Moriano, Palací y Morales (2006), adaptados a las características propias de los universitarios mexicanos, considerando especialmente los recursos, programas y enfoques de la FCA de la Universidad Autónoma del Estado de México.

- La variable “Perfil Emprendedor” hace referencia a una serie de requisitos o sub-variables descriptivas de la personalidad típica de un emprendedor. Las personas que cumplen con este perfil crean valor gracias al potencial innato que poseen y que les permite aspirar a ser emprendedores exitosos. Las habilidades contempladas por esta variable son tanto innatas como adquiridas, pudiendo ser desarrolladas de manera consciente o inconsciente.
- La variable “Interés por Emprender” hace referencia al espíritu emprendedor como una actitud de los individuos expuesto por Thierstein y Beate (2001). La percepción personal de los sujetos es influenciada por factores externos que los motivan o desaniman a participar en actividades relacionadas con la creación de empresas.

Uno de los propósitos de este modelo es el de describir la relación de ambas variables, las circunstancias bajo las que se presenta e identificar los factores que facilitan u obstaculizan su fortalecimiento. El objetivo de este modelo es el de identificar a emprendedores potenciales comprometidos con su sociedad, visionarios, proactivos, constantes, tenaces, con sólidas bases académicas y que sepan trabajar en equipo para ayudarlos a desarrollar su potencial emprendedor.

Emprendedurismo y propensión de los estudiantes universitarios de una Facultad de Contaduría y Administración por crear sus propios negocios - Resultados obtenidos

- La mayoría de los estudiantes desean emprender proyectos empresariales en algún momento de sus vidas.
- Actualmente los profesionistas buscan la seguridad de un salario y de un contrato ante la incertidumbre económica generada en el país.
- El 13.51% de los alumnos de la Facultad tienen el objetivo de desarrollarse profesional y exclusivamente a través del autoempleo.
- 1 de cada 4 alumnos de la Facultad ha experimentado lo que es participar en un negocio familiar, 1 de cada 3 ha laborado con anterioridad, y 1 de cada 3 ha tenido experiencia emprendedora.
- Los estudiantes clasifican a los proyectos innovadores, el tener objetivos claros y cuantificables, y a una buena idea de negocio como los factores de mayor importancia para emprender un negocio con éxito.
- Los emprendedores entienden que si cuentan con una buena idea de negocio entonces dependerán en menor escala de la experiencia laboral, de una sólida formación académica y de los recursos e infraestructura que les pudiese ofrecer alguna institución.
- Teóricamente, el ser emprendedor implica hacer uso de la educación universitaria, para poder plantear y alcanzar diversos objetivos planteados; en la práctica, el ser emprendedor implica no depender de ella.
- Las instituciones educativas planean y adquieren recursos pensando en satisfacer objetivos educativos y políticos, más no empresariales.
- Los estudiantes identifican claramente que para echar a andar un proyecto de negocio, el factor más importante es el financiamiento, y entre mayor sea el financiamiento al que se desee acceder, mayor será la necesidad de información relacionada para obtenerlo.
- Entre mejor es la formación académica, mayor es la experiencia laboral con la que cuentan los sujetos (los mejores estudiantes, debido a la formación educativa en México, son comúnmente reclutados).

- Los estudiantes de la Facultad tienen muy desarrollado el locus de control interno y se consideran capaces de seleccionar a la gente indicada para conformar equipos creativos y exitosos.
- La motivación interna, la innovación como aspecto fundamental para tener un proyecto exitoso, la viabilidad de participar en un programa de incubación de empresas y la motivación externa son factores que han impulsado el emprendedurismo entre la comunidad estudiantil.
- Los estudiantes consideran que actualmente no forman parte de equipos eficientes, motivados y que cuentan con el apoyo de todos los integrantes, además de que piensan que para ser exitoso no se deben de correr riesgos.
- El fomento de los programas y recursos de la Universidad destinados al emprendedurismo necesitan ser reforzados y promocionados.
- Los programas de estudio vigentes de las licenciaturas de la Facultad deben de fomentar el autoempleo mediante actividades impartidas por empresarios y expertos del tema.
- Como parte del impulso al emprendedurismo, los estudiantes le dan mucha importancia a que la Facultad ofrezca información sobre el autoempleo presentándolo como una opción real de desarrollo profesional y a que el programa de estudios de las licenciaturas fomente actividades impartidas por empresarios y expertos del tema.
- El perfil emprendedor parte de habilidades innatas que solamente pueden ser desarrolladas a partir de que son detectadas, y por ende, no todas las personas son candidatas por naturaleza a convertirse en emprendedores.
- Si los alumnos no cuentan con este perfil, factores como la innovación en productos y los diferentes tipos de motivación, podrían generar emprendedores por sí solos de manera independiente.
- La Facultad debe de identificar a estudiantes que cumplan con el perfil emprendedor para asesorarlos con sólidas bases que les ayuden a clarificar sus objetivos, definirlos y desarrollar proyectos sólidos e innovadores.

Comparativo de los resultados obtenidos en las 3 licenciaturas de la FCA

Con el objetivo de comparar de manera clara el perfil y las características que presentan los estudiantes de las 3 licenciaturas, así como sus percepciones personales sobre el tema emprendedor, se realizó un análisis con el método ANOVA (análisis de varianza) el cual nos permite “asociar una probabilidad a la conclusión de que la media de un grupo de puntuaciones es distinta de la media de otro grupo de puntuaciones” y que nos sirve para “comparar si los valores de un conjunto de datos numéricos son significativamente distintos a los valores de otro o más conjuntos de datos” (Ferguson, 2005). Basándonos en este modelo, fueron comparadas las dimensiones de ambas variables planteadas en el modelo hipotético.

Propuestas para el desarrollo de emprendedores y la consolidación de proyectos empresariales apoyándose en la incubación de empresas

Si la sociedad desea un número mayor de emprendedores, entonces sus instituciones necesitan influir sobre los valores individualistas de sus habitantes (poder, necesidad de logro, estimulación, hedonismo y autonomía moral) que son los de mayor influencia al momento de definir el perfil de un persona, en este caso, de un estudiante universitario. Las estrategias y la técnica pueden desarrollar definitivamente habilidades en los estudiantes (en este caso emprendedoras) pero no pueden crear la pasión, el deseo o la persistencia necesaria para tener éxito. Debemos de tener en mente que debido a la naturaleza instintiva de los emprendedores, no pueden ser guiados todos de la misma forma debido a que poseen diferentes personalidades y necesidades.

La Facultad debe impulsar al autoempleo bajo sólidos fundamentos que adaptados a las condiciones existentes en el contexto regional, integren a una desarrollada red de contactos, recursos externos y empresarios exitosos de la región. Se deben de identificar a alumnos con un alto potencial emprendedor para que se les presenten diferentes programas de desarrollo integral y conocer si es que realmente tienen interés para participar en ellos o desean emprender sus proyectos por cuenta propia. Los asesores en este tipo de proyectos deben de ser personas pro-activas, conocedoras del tema, con amplia experiencia en negocios y éxito comprobado, pero que

sobretudo, estén motivadas por participar en este tipo de proyectos como parte de su realización personal contribuyendo a la sociedad.

Por otra parte, es muy recomendable separar los catedráticos de los empresarios, quienes jugarán el rol de facilitadores y evaluadores en la formación de emprendedores. Los catedráticos pueden ser motivados a involucrarse en actividades relacionadas con la enseñanza, tomando el papel de directores, consultores y asesores de proyectos, aunque deben de contar con un muy buen currículum, aunado a extenso material de apoyo, casos representativos de estudio y efectivos métodos de enseñanza que involucren a grupos de estudiantes en actividades dinámicas y únicas. Las cuestiones políticas deben de manejarse bajo otro tenor con el objeto de seleccionar a los catedráticos y profesionistas indicados, ya que de ellos depende el éxito de los programas y por consecuencia el correcto desarrollo de las habilidades de los estudiantes, quienes generarán nuevas fuentes de empleo beneficiando a la economía regional.

En lo que respecta a los empresarios y profesionales que apoyarán estos proyectos, deben de conformar un grupo muy sólido cuya experiencia y conocimiento, impulsen la consecución de objetivos claramente planteados. Deben provenir de diferentes contextos y poseer conocimientos complementarios a los de los demás, formando un consejo consultor que establezca un vínculo real con la industria.

De acuerdo a Kolfsten (2000), los 3 puntos estratégicos que debe de procurar la Facultad en el afán de preparar jóvenes emprendedores deben de estar integrados de la siguiente manera:

1. Mantener un ambiente emprendedor genuino mediante una cultura de negocios en la Facultad, integrándola a los cursos existentes, carreras, programas, investigaciones y actividades externas.
2. Desarrollar cursos específicos que sean complementarios al plan de estudios de las Licenciaturas y que abarquen de manera detallada y completa temas altamente relacionados con el desarrollo emprendedor.
3. Ofrecer programas detallados de capacitación y desarrollo de habilidades emprendedoras para aquellos estudiantes que tienen el perfil o el interés apropiado.

Adicionalmente, la Facultad debe de prestar especial atención a ciertos factores críticos. Los puntos a considerar especialmente son los planes de negocio basados en ideas propias de los estudiantes, talleres para desarrollar habilidades empresariales, programas de incubación de empresas, centros de investigación, supervisión de los avances de los proyectos, redes de contactos, acceso a la información, el tutorado por parte de emprendedores calificados, y el acceso a capital semilla para financiar el comienzo de dichos proyectos.

Puntos estratégicos

- Identificar alumnos que posean el perfil, interés y potencial emprendedor durante el cuarto semestre de sus estudios.
- Definir un programa de desarrollo de habilidades emprendedoras que sea complementario a los programas de estudio existentes.
- Integrar activamente al grupo de alumnos seleccionados a las actividades desarrolladas por el CAPYME.
- Integrar un equipo de emprendedores y profesionistas exitosos dispuestos a asesorar y evaluar a los alumnos en el desarrollo de proyectos especiales.
- Firmar convenios de colaboración que permitan a los alumnos participar en proyectos externos relacionados con el tema empresarial.
- Designar a un catedrático como responsable de desarrollo emprendedor.

Conclusiones

México posee el capital humano, los recursos y la ubicación ideal para fortalecerse y especializarse en determinadas industrias que le permitirán generar mayor valor agregado y diferenciado, incrementando su competitividad ante otros países. El papel que juega el autoempleo dentro de los modelos productivos es el de descentralizar los procesos industriales, impulsar las economías en escala y aminorar el peso productivo que recae actualmente en ellos. El desarrollo económico de nuestro país se ha proyectado estratégicamente en la detonación del crecimiento de las MiPyMES, la inversión extranjera directa, el incremento de las exportaciones no petroleras, la competitividad y el fortalecimiento del mercado interno mediante una política integral de desarrollo sectorial y regional.

Cada Universidad tiene un enfoque diferente sobre los objetivos y métodos de enseñanza del tema emprendedor, debiendo sus programas de ser diseñados y estructurados acorde a los recursos, la mentalidad, las intenciones, la visión, y los rasgos culturales característicos de cada región. Las Universidades deben comprender y asumir la responsabilidad que se les está confiriendo como impulsoras de los motores económicos a nivel regional para que trabajen y planeen a futuro de manera seria y coherente, haciendo que las acciones que tomen el día de hoy tengan impacto el día de mañana.

Tanto la Facultad de Contaduría y Administración como la UAEM, cuentan con programas relevantes sobre el tema emprendedor, los cuales sacan provecho del capital humano y de los recursos disponibles, aumentando de forma paulatina la participación de los alumnos en actividades relacionadas con el tema. Si bien es cierto que la UAEM y la FCA comienzan a comprender la importancia del tema, también es cierto que representa un área de oportunidad enorme para consolidar de manera permanente y efectiva dichos esfuerzos.

Los datos recopilados en las 152 encuestas mostraron una elevada tendencia hacia los valores altos de la escala de medición. No existe una clara diferencia o tendencia que nos indique que alguna de las 3 Licenciaturas presenta una mayor propensión hacia emprender un negocio o a

mostrar un perfil emprendedor más desarrollado. De este modo, las hipótesis se validaron de la siguiente manera:

- Hipótesis 1:** Los alumnos de la Facultad poseen un perfil emprendedor.
- Es válida (se obtuvo un promedio de **3.88** sobre 5 puntos).
- Hipótesis 2:** Los alumnos perciben que su preparación universitaria es suficiente para emprender sus propias empresas.
- Es nula (se obtuvo un promedio de **3.07** sobre 5 puntos).
- Hipótesis 3:** Los alumnos consideran al autoempleo como opción real para desarrollarse profesionalmente.
- Es nula (se obtuvo un promedio de **3.33** sobre 5 puntos).
- Hipótesis 4:** Existe una correlación positiva entre las variables “desarrollo de emprendedores” e “interés por emprender un negocio propio”. - Es válida (correlación positiva de **0.16** puntos).

Finalmente, la creación de nuevos negocios, y por ende, de nuevas plazas laborales que impulsen el desarrollo económico del Estado de México, depende exclusivamente del trabajo duro y de la correcta aplicación de los programas y estrategias implementadas. Tanto la UAEM como la FCA poseen los programas, los recursos y la materia prima necesaria para aportar a la sociedad emprendedora muy bien preparada, socialmente responsable y con gran liderazgo. Las condiciones están dadas, lo único necesario es una actitud comprometida que por medio de acciones concretas y constantes genere los emprendedores exitosos tan demandados hoy en día.

Bibliografía

1. Banco Mundial, web.worldbank.org , (2007;2009). Consultado en 2010.
2. Béchard, J. P. y Toulouse, J. M. (1997), Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship, *Journal of business venturing*. Vol. 13 (4), pág. 317-332
3. Blaug, M., *The Social Sciences: Economics, Microeconomics*, The New Encyclopædia Britannica, Chicago, Illinois, (2007).
4. Bolton, W.K. y Thompson, J.L. (2000; 2003), *The Entrepreneur in Focus: Achieve your potential*, Thomson, Londres.
5. Clemente, José (2007), *Viva la Microempresa*, Editorial José Clemente, México.
6. Einar A. (2006), Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, Volumen 26, Número 2, Febrero 2006, p. p. 185-194.
7. Etzkowitz. (2000), The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm, *Research Policy* 29, p. p. 313–330.
8. Ferguson, G., *Statistical Analysis in Psychology and Education*, McGraw-Hill, Montréal, Canada, 2005.
9. Goldenberg, J., Lehmann, D. R. y Mazursky, D. (1999), *The Primacy of the Idea Itself as a Predictor of New Product Success*, Reporte No. 99–110 from Marketing Science Institute.
10. Gürol, Yonca. Nuray Atsan. Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*. (2006); Vol 48 Issue 1 Page 25 - 38.
11. Hisrich, R., O’Cinneide, B. Entrepreneurial activities in Europe-oriented institutions. *Journal of Managerial Psychology*. Mar 1996 Volume 11 Issue 2 Page 45 - 64.
12. John, Mullins (2006), Can we teach entrepreneurship?. *Business Strategy Review*, Volumen 17, Número 4, p. 13.
13. Klofsten, M., Training entrepreneurship at universities: a Swedish case. *Journal of European Industrial Training*, (2000) p.p. 337–344.
14. Magnus, Klofsten, Training entrepreneurship at universities: a Swedish case. *Journal of European Industrial Training*. ISSN 0309-0590. (2000), Volumen 24, Número 6, p. p. 337 - 344.
15. Moriano Juan, Palaci Francisco y Morales José (2006), El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de Las Organizaciones*, Volumen 22, Número 1, p. p. 75-99, Ebsco Host.
16. Pihkala, T. y Vesalainen, J. (2000), Barriers to entrepreneurship – educational opportunities. Trabajo presentado al IntEnt 2000 Conference, Julio 11-13, Tampere.

17. Rasmussen, E., Moen, Ø, Gulbrandsen, M., 2000 in press. Initiatives to promote commercialization of university knowledge. *Technovation*.
18. Robert D. Hisrich, Barra O' Cinneide (1996), Entrepreneurial activities in Europe-oriented institutions, *Journal of Managerial Psychology*. ISSN 0268-3946, Volumen 11, Número 2, p. p. 45 – 64, Emerald.
19. Subsecretaria para la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de Economía, Congreso CIE 2007, ITESM campus Toluca, Abril, 2007.
20. Thierstein Alain y Wilhelm Beate (2001), Incubator, technology, and innovation centres in Switzerland: features and policy implications. *Entrepreneurship & Regional Development*, Volumen 13, Número 4, p. p. 315 - 331, Business source.
21. Thompson, John. (2004), The facets of the entrepreneur: identifying entrepreneurial potential. *Management Decision*; Volumen 42, Número 2, Conceptual Paper, Emerald.
22. Valdés, A. “El trabajo autónomo en España: evolución, concepto y regulación”. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Economía y Sociología*. p. 13-44, España, 2000.
23. Wellborn, C. (2001), *Business Incubation in New Mexico*, Report from the Economic Development Department in New Mexico.
24. Wing-ki Wong, Hong-Man Cheung y Venuvinod, Patrik (2005), Individual entrepreneurial characteristics and entrepreneurial success potential, *International Journal of Innovation & Technology Management* , Volumen 2, Número 3, p. p. 277-292, Ebsco Host.
25. Yonca Gürol, Nuray Atsan (2006), Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*, Volumen 48, Número 1, p. p. 25 - 38. Emerald Group Publishing Limited.
26. Gürol, Yonca. Nuray Atsan. Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey. *Education + Training*. (2006). Vol 48 Issue 1 Page 25 - 38.