

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARMEN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS

TEMÁTICA:

MODELO EDUCATIVO, PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIO

TITULO DE LA PONENCIA:

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS DE LA UNACAR

AUTORES:

M. A.C. Cecilia Margarita Calvo Contreras,

Facultad de Ciencias Socio Económicas Administrativas. Universidad Autónoma del Carmen,
Cd. Del Carmen Campeche, México, 9383811018 ext. 2000.

ccalvo@delfin.unacar.mx

M. H. D. Nancy Verónica Sánchez Sulú,

Facultad de Ciencias Socio Económicas Administrativas. Universidad Autónoma del Carmen,
Cd. Del Carmen Campeche, México, 9383811018 ext. 2008.

nsanchez@pampano.unacar.mx

M. A. C. Antonia Margarita Carrillo Marín

Facultad de Ciencias Socio Económicas Administrativas. Universidad Autónoma del Carmen,
Cd. Del Carmen Campeche, México, 9383811018 ext. 2002.

acarrillo@pampano.unacar.mx

RESUMEN

El mundo competitivo actual requiere de modelos de gestión, enfoques de desarrollo de habilidades, perfiles de interés, evidencias de experiencias concretas de la revolución de los recursos humanos en la actual sociedad diversa y notablemente cambiante.

Actualmente los estudiantes están desarrollando las habilidades y aptitudes que les permitirá un mejor desarrollo no solo a nivel personal y profesional, sino como los futuros emprendedores universitarios que el país requiere. Es por ello que las instituciones de nivel superior ante los constantes cambios de la ciencia, la tecnología, los negocios y los servicios, que se vive día a día a nivel mundial, propician la necesidad de formar profesionales con nuevas actitudes, habilidades, conocimientos y relaciones que les ayuden a su capacidad de crear e innovar. La Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR) junto con la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas (FCEA) ha establecido un Programa Institucional de emprendedores como herramienta estratégica que le permita generar una cultura emprendedora en los jóvenes universitarios y en el personal de la institución. Dicho Programa se convierte en los estudiantes como una experiencia innovadora que les permite fortalecer el potencial emprendedor a través del descubrimiento y desarrollo de sus talentos y habilidades para definir, planear y poner en marcha un proyecto innovador, que enriquezca su curriculum y su empleabilidad.

PALABRAS CLAVES: Emprendedor, UNACAR

INDICE

Tema	Página
Introducción	4
Antecedentes	5
Experiencia de la Universidad Autónoma del Carmen en Emprendimiento	6
Importancia de generar una cultura emprendedora en la UNACAR	9
Problema	11
Objetivo	11
Método	11
Resultados esperados	11
Conclusiones	13
Bibliografía	14

INTRODUCCIÓN

La calidad educativa es un proceso que busca mejorar los procesos de formación de los estudiantes con el fin de poder competir en el campo profesional del nuevo mundo globalizado. Las universidades de nuestro país, en la búsqueda de esa calidad y bajo las tendencias de organismos internacionales, se da a la tarea de diseñar estrategias que le permitan alcanzar el más alto nivel de competitividad (Piña et al, 2005, pág. 100)

La Universidad Autónoma del Carmen se ha establecido como uno de sus objetivos ser partícipe en el desarrollo de los talentos y habilidades de las personas para convertirlos en individuos más abiertos en el pensar y el actuar, espontáneos, imaginativos, sensibles y seguros de sí mismos, mediante el entendimiento de las capacidades humanas, resaltando la importancia y necesidad de la colaboración a partir de la detección de oportunidades que le permitan integrarse a los equipos de trabajo dentro de las empresas y en la conformación de su plan de vida

El Plan Institucional de Desarrollo (PID) 2008-2012 de la Universidad Autónoma del Carmen fue establecido como una oportunidad para la renovación de la orientación de la misma institución en el cual se plasman fortalezas y debilidades así mismo los desafíos a los cuales se enfrenta.

En el contenido de este Plan se encuentran establecidos 7 ejes estratégicos los cuáles fueron creados para el logro de la Visión de la UNACAR, a continuación se mencionan dichos ejes:

I Eje estratégico. Consolidar el modelo educativo.

II Eje estratégico. Fortalecer y consolidar la oferta educativa.

III Eje estratégico. Impulsar la consolidación de los cuerpos académicos.

IV Eje estratégico. Fortalecer la investigación y el posgrado.

V Eje estratégico. Consolidar la extensión de la cultura y los servicios.

VI Eje estratégico. Mantener una infraestructura física acorde con el quehacer académico.

VII Eje estratégico. Asegurar una administración y gestión de calidad.

Es por ello que mediante este Plan de Desarrollo se requiere establecer procesos de calidad que permitan formar en los estudiantes los conocimientos, competencias y herramientas que les permitan responder de manera creativa y con capacidad proactiva a los retos tanto profesionales, académicos y sociales que se les presentan por el incesante cambio en nuestro País.

ANTECEDENTES DE LA UNACAR (FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS)

La historia de esta universidad inicia con el Liceo Carmelita, el cual se fundó el 15 de Marzo de 1854, se cerró por cuestiones políticas en 1856 y reabrió sus puertas en 1858. Registra la historia del Liceo Carmelita que su reapertura en 1858 fue como escuela primaria y secundaria, pero 10 años más tarde su plan de estudios fue mejorado poniéndose mayor énfasis a las materias básicas como: castellano, aritmética, latín, filosofía, geometría, francés, inglés, historia, mecánica, física y teneduría de libros; en tal virtud, el egresado recibía el título de profesor en ciencias. Siguiendo los avances en la educación, en 1876 el Liceo Carmelita, por decreto del Gobierno del Estado, se le autorizó impartir los cuatros primeros cursos de preparatoria y, hasta 1889, mediante un nuevo decreto estatal, la institución pudo ofertar los cursos de quinto y sexto, para completar el bachillerato. En la primera década del siglo XX, el Liceo Carmelita llegó a ser una de las instituciones más prestigiadas de la región y del país, pues dada la buena preparación académica que tenían sus egresados, eran recibidos sin obstáculos en las distintas instituciones educativas de nivel superior. El Liceo Carmelita funcionó hasta 1967 impartiendo enseñanza secundaria, preparatoria y normal de profesores (Salazar, 2006, pág. 22-23). Es por ello que el 13 de junio de 1967 se fundó la Universidad Autónoma del Carmen

La Universidad Autónoma del Carmen se encuentra en transición hacia la modernidad y la excelencia, con plena conciencia del gran desafío y las oportunidades que plantean los cambios sociales, políticos y económicos del mundo actual. La Facultad de Ciencias Económicas Administrativas, antes Facultad de Comercio y administración, fue creada por acuerdo del H. Consejo universitario el día 8 de Agosto de 1978. Los motivos que dieron fuerza a la apertura de la Facultad de Ciencias Económicas administrativas, fueron el de cubrir las inquietudes de conocimientos que se suscitaban en la comunidad, resultado del desarrollo económico que se estaba propiciando en la Ciudad debido al auge del petróleo en esta zona; lo cual llevó al

establecimiento de la Empresa Paraestatal PEMEX, así como de Empresas privadas que requerían los servicios de profesionales en las áreas contables y administrativas. La validez de sus estudios está determinada en el acuerdo del día 6 de Junio de 1983 en las carreras de Contaduría y Administración (UNACAR, www.unacar.mx). Desde su creación la Universidad Autónoma del Carmen se ha comprometido a formar recursos humanos capaces de satisfacer las demandas de la sociedad y darle solución a los problemas que se presentan en nuestro municipio. En la actualidad nuestra casa de Estudios ofrece 25 programas educativos.

EXPERIENCIA DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARMEN EN EMPRENDIMIENTO

En su visión, la Universidad Autónoma del Carmen requería de implementar un espacio donde se ofrecieran servicios de asesoramiento para los propios estudiantes de la institución y de la comunidad en general ya que se habían detectado que existían gran potencial empresarial que no había sido explotado hasta ese momento.

Es por ello que en el año de 1994 se implementó el Programa de Jóvenes Emprendedores que operaba en alianza con Desarrollo Empresarial Mexicano, A.C. (DESEM). Más tarde la UNACAR (2000) diseñó el Plan Faro U-2010, documento rector de la vida universitaria hasta el año 2010, en el cual uno de sus objetivos era el de generar conocimiento para la resolución de problemas que incidan en la actividad económica, y vincularse eficientemente con el sector productivo tanto de la gran empresa (PEMEX) como las Pymes. Para ello se adquirió un espacio en la Dirección de Vinculación adscrita a la Secretaría de Extensión Universitaria para fomentar la vinculación de la universidad con los diversos sectores de la comunidad y poder así atender a la micro, pequeña y mediana empresa.

En el año 2003 se crea una oficina que daba apoyo a los empresarios de la Región en el que se proporcionaba asesoría, capacitación especializada, incubación de empresas y asistencia técnica, herramientas necesarias para lograr la consolidación y el crecimiento de los negocios a la cual se

le denominó *Centro de Desarrollo de Negocios*, dichos servicios eran proporcionados por profesores de la UNACAR.

Debido a los cambios que se presentaban en el entorno fue necesario modificar el perfil de servicio de dicha oficina el cual se enfocó en buscar fondos independientes a los propios de la institución para su crecimiento y consolidación. Se diseñaron diversos proyectos para obtener recursos económicos mediante el Programa Institucional de Fortalecimiento de las Instituciones (PIFI), pero los fondos que maneja están orientados a otros rubros. Finalmente es en el año 2003 que, a través de la Secretaría de Economía y el Programa de Fondo de Apoyo para la Pequeña y Mediana Empresas (Fondo PyME), cuando se conjuntaron recursos de los tres niveles de gobierno y el sector empresarial.

La necesidad de poder responder de manera anticipada las exigencias del entorno hicieron posible identificar las oportunidades, los apoyos y las bondades que desde el exterior podrían enriquecer la educación a través de la vinculación con la empresa-escuela-gobierno-sociedad.

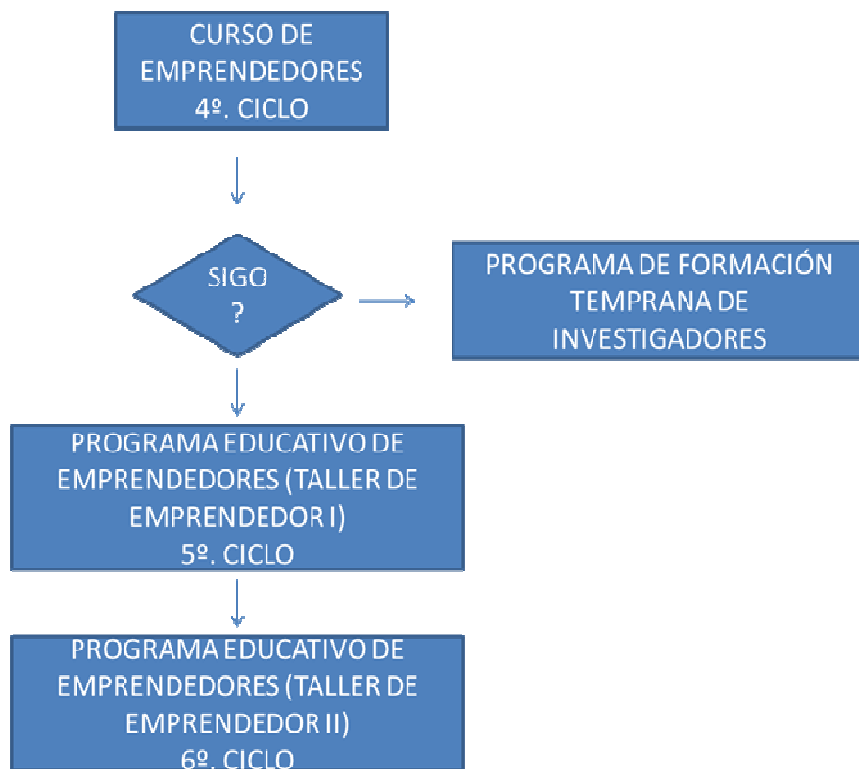
El 25 de marzo de 2004, por acuerdo del Honorable Consejo Universitario, nace el Centro de Innovación y Liderazgo (CIL) considerado como un *agente facilitador y transformador en la promoción y creación de los servicios universitarios*. Derivado de lo anterior en el año 2005 empiezan los trabajos de construcción del Centro de Innovación y liderazgo. El 10 de septiembre de ese mismo año se inauguró el edificio del CIL.

La misión que tiene establecida es la de ser el enlace entre las empresas-gobierno-comunidad-universidad, buscando las oportunidades reales del entorno a través del estudio y explorando las áreas factibles de alianzas estratégicas de alto impacto en la generación de soluciones a la problemática y el desarrollo de la región. El CIL aloja dos dependencias importantes desde su creación: la *Incubadora de Empresas* y el *Centro de Articulación Productiva (CAP)*, cada una de ellas tiene bien definida sus funciones. La primera se encarga de asesorar y buscar los recursos

para que se lleven a cabo los planes de negocios; y la segunda es un organismo de inteligencia que permite diagnosticar, analizar y proponer soluciones al sector productivo en su contexto.

Con la nueva administración rectoral 2008-2012, el Centro de Innovación y Liderazgo queda a cargo de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas en la cual se articula de manera eficiente con el Programa Institucional de Emprendedores (PIE), convirtiéndose en un factor decisivo de apoyo para el joven emprendedor universitario, al apoyar, asesorar y buscar los recursos para que se lleven a cabo los planes de negocios y se consoliden mediante la creación de su empresa.

A continuación se muestra el desarrollo que el PIE lleva a cabo dentro del curriculum de los estudiantes de la Unacar:



Cuadro de elaboración propia basado en el mapa curricular de carreras de la FCEA.

IMPORTANCIA DE GENERAR UNA CULTURA EMPRENDEDORA EN LA UNACAR

Uno de los aspectos que la UNACAR hace hincapié en cada uno de sus metas institucionales es la participación de los alumnos en el desarrollo local estatal y regional mediante la generación de nuevas habilidades y conocimientos.

Actualmente en la institución no se ha realizado un estudio acerca del impacto que ha tenido desde su implementación el Programa Institucional de Emprendedores, es por ello la importancia de describir las cualidades y características de los estudiantes en cuanto a emprendimiento.

El conocimiento es el principal insumo del proceso de cambio en que estamos inmersos, por estar el mismo depositado en la gente, sólo a través de su capacitación y el aprendizaje continuo será posible iniciar y sostener ese cambio.

El emprendedor universitario está convocado a desempeñar el papel más protagónico en este proceso. Es la interfase activa que vincula al sector académico - científico - tecnológico con el sector empresario PYME y el creador de las futuras nuevas empresas innovadoras. Por ello deberá prestarse especial atención a su formación y al acompañamiento de su desarrollo.

Emprender en cuanto a concepto y a acción es muy cercano de gestionar en el sentido de concluir (idear, formular mentalmente), gestar (iniciarse, desarrollarse, opiniones, actitudes, sentimientos). Como proceso tiene una gran similitud con el ciclo administrativo, con énfasis en la planeación, organización y dirección. Emprender es una resultante de la interacción entre estructura y comportamientos. La importancia de la capacidad emprendedora es más evidente en ambientes complejos, dinámicos, en los que tanto individuos como organizaciones requieren imaginar alternativas para enfrentar situaciones respecto a las cuales no hay experiencias previas similares. Los retos son nuevos y las respuestas también requieren ser novedosas (Rusque et al, 1998, pág. 8). En su mayoría los estudiantes universitarios ingresan a nuestra Universidad con la finalidad de de crear alternativas de empleo que les permita ser generadores de cambio y proveer a la sociedad de mayores condiciones de empleabilidad. Gilda Waisburg (2006, pág. 94) comenta que

uno de los objetivos de la educación es el desarrollo de habilidades, potencialidades y valores tanto personales como sociales.

Cuando se habla de creatividad, según Kastika, 1995, menciona que la acumulación de conocimiento no es aprender, la linealidad que produce la causalidad esto es cada vez menos frecuente en las organizaciones. Se intenta en las aulas, con estas ideas cooperar para que las situaciones fluyan armónicamente con un cambio que les es propio. No será necesario agregar ni introducir cambios ya que éstos están y la aplicación de la creatividad consistirá en acompañarlos. (Marín, 1991) creatividad es “lo nuevo, lo que no estaba antes, o no estaba de esa manera pero además se trata de algo valioso, que es bueno”.

Ante estos conceptos es necesario definir cuáles son las características de nuestros estudiantes para poder establecer estrategias que permitan explotar esas cualidades y poder apoyar en su desarrollo integral.

La educación empresarial genera en los individuos espíritu empresarial, que es esa fuerza interna que direcciona a los estudiantes a ser empresarios; se generan empresarios que crean empresas. Muchos individuos con el mismo sistema de pensamiento generan cultura empresarial (Crissien, 2008, pag. 25).

El Prof. Manuel Bernal (2011), de la Universidad de Salamanca, España, estableció lo que llamo la **hoja de ruta del emprendedor**, misma que a continuación se presenta.



Esta hoja de ruta nos muestra de forma clara y precisa el devenir que un emprendedor deberá cubrir para lograr sus metas. Esto durante el desarrollo de 4 pasos: buscar, planear, persuadir e implementar.

PROBLEMA

Debido a los incesantes cambios a nivel nacional es necesario realizar un análisis de las características de los estudiantes en cuanto emprendimiento, el cual nos permitirá generar estrategias con la finalidad de elevar la competitividad de los estudiantes universitarios en el entorno laboral y de generar alternativas al desempleo, promoviendo, por ejemplo, el autoempleo.

OBJETIVO

Estudiar las características de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad Autónoma del Carmen para establecer el Perfil deseable del mismo estudiante en cuanto emprendimiento.

MÉTODO

Para realizar esta investigación se aplicarán cuestionarios para la recolección de información. Dichos cuestionarios se aplicarán a los alumnos de nuevo ingreso y a los alumnos que cursan el Programa de Emprendedores para comparar el nivel de emprendimiento.

RESULTADOS ESPERADOS

Con dicha investigación se espera definir cuáles de las características siguientes, representan a nuestro emprendedor así como identificar sus principales motivaciones, los factores de éxito y sobre todo identificar los principales obstáculos que provocan su fracaso o deserción. Lo que nos permitirá establecer el Perfil Deseable del emprendedor universitario de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas, además de fortalecer el Programa Institucional de Emprendedores.

a) Característica del emprendedor universitario nato

1. Cuenta con apoyo de la familia y amigos.
2. Tiene una idea clara de negocio.
3. Es optimista respecto a su potencial empresa.
4. Le resulta atractivo ser emprendedor.
5. Cuenta con experiencia previa.
6. Su madre ha sido empresaria exitosa.
7. Su padre tiene un buen nivel de educación.

b) Principales motivaciones

1. Realización personal.
2. Mayor independencia.
3. Éxito personal.

En una primera aproximación de análisis se incluyeron las siguientes características demográficas tales como edad y el género. Considerando que la muestra utilizada en esta investigación se reduce a estudiantes universitarios, los participantes son jóvenes y la variabilidad de la edad es mínima. Por lo que esta no tiene gran impacto para analizar su influencia sobre la intención de emprender un negocio. En relación a la variable “género”, se corrobora los diversos estudios internacionales que han demarcado que los hombres desarrollan mas que las mujeres las actividades emprendedoras. Según estas investigaciones el ratio entre hombres y mujeres es de 1.8, casi el doble de hombres dedicados al emprendimiento en relación a las mujeres.

En el caso de la UNACAR, se analizó el número de emprendimientos presentados por los estudiantes de esta Facultad de los años de 2008 a 2011, resultando las cifras siguientes:

PERIODO	PRODUCTOS	H	M	SERVICIOS	H	M	Total	H	M
2008	3	2	1	6	4	2	9	6	3
2009	7	5	2	15	12	3	22	17	5
2010	8	7	1	19	14	5	27	21	6
2011	8	6	2	4	1	3	12	7	5
Totales:	26	20	6	44	31	13	70	51	19

De una muestra de un total de 70 empresas de reciente creación, que fueron apoyados por el CIL del período de 2008 a 2011, 51 empresas pertenecen a emprendedores del género masculino y 19

del género femenino. Resultando un ratio de 2.68, muy por arriba del promedio, concluyendo que los hombres son más arriesgados a la hora de decidirse por el emprendimiento.

CONCLUSIONES

Las universidades e instituciones de nivel superior se han visto en la necesidad de formar profesionales con habilidades y conocimientos capaces de crear e innovarlas, esto a consecuencia de los diferentes cambios tecnológicos sociales, económicos, etc.

Las fuentes y difusión de la innovación en una organización hoy en día es un proceso social que involucra y conecta los miembros de las empresas entre ellos y los actores relevantes del entorno. El desarrollo de bienes y servicios ha tomado una dinámica y va mucho más allá de la diversificación de fuentes de innovación y de los procesos lineales de difusión de la innovación (Araut, 2007, págs. 3). Las instituciones de educación superior están asumiendo un papel fundamental en la formación de jóvenes con una cultura empresarial con responsabilidad hacia la sociedad, que generen estrategias de creación de empresas principalmente de carácter familiar. La Unacar asume ese reto con el Programa Institucional de Emprendedores y el Centro de Innovación y Liderazgo, una mancuerna que podrá ser determinante para la siguiente generación de emprendedores de nuestra comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Arraut, Luis (2007), Elementos Claves para generar La Capacidad Emprendedora Para el Desarrollo De Organizaciones Innovadoras, Virtual Educa Brasil 2007, Págs. 3, 1-18.

Bernales, Manuel. (2011). Intención emprendedora en jóvenes universitarios y factor de migración. Universidad de Salamanca.

Cámaras de Comercio y Fundación INCYDE (2003), Perspectivas Empresariales 2000 Comunidades Autónomas. Consultado en línea el 10 de Junio de 2012. http://www.camaras.org/publicado/estudios/publicaciones_SE.jsp

Crissien, John (2008), Circulo Virtuoso de la Educacion Empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad, Revista-Escuela de Administracion de Negocios ISSN: 0120-8160, Num. 63, Colombia, Pags. 25, 23-39

Kastika, E. (1995). Desorganización creativa-Organización innovadora” Ed. Macchi, Bs. Aires.

López P., Sergio; (2009); Primer Informe de Actividades. Período lectivo Agosto 2008-Julio 2009, Universidad Autónoma del Carmen, ISBN: 9786077826033.

Marin, I. R. (1991). Manual de la creatividad. Ed. Vincens Vives Barcelona.

Presidencia de la República. *Plan nacional de desarrollo.* (2007). Consultado en línea el 05 de Junio 2012. <http://pnd.presidencia.gob.mx/>

Piña et al (2005), Teoría de la Educación y Desarrollo del Comportamiento Emprendedor, Hitos de Ciencias Económico Administrativas septiembre – diciembre UJAT, Año 11, Número 31, Págs. 100. 100-104.

Rusque et al (1998), Medición de la Capacidad Emprendedora de Estudiantes de Escuelas de Administración de Europa y América Latina (Red ALFA, Comunidad Europea), XII Congreso Latinoamericano Sobre Espiritu Empresarial, San José Costa Rica, Págs., 8, 1-20.

Salazar, Andrés (2006), El modelo educativo de la Universidad Autónoma del Carmen: Una experiencia de aprendizaje institucional, Colección Material Didáctico, ISBN: 9686624996, Págs. 22-23, 1-145.

Universidad Autónoma del Carmen (Unacar), Plan de Desarrollo Faro U-2010, México, 2000.

Velázquez, N. (2010), La innovación empresarial en las micro y pequeñas empresas, SINNCO 2010, ISBN 978-607-95030-7-9, págs. 1-11, 6.

Waisburg, Gilda (2006) *Creatividad y Transformación, Teoría y Técnicas*, Ed. Trillas, México, Pág. 94, 1-310.

Wompner, F. (2009), *Educación integral y para emprendedores. La nueva era*, ENTELEQUIA revista interdisciplinar, Núm. 10 (otoño): Especial Educación Superior, Consultado en línea el 10 de Junio de 2012. <<http://www.eumed.net/entelequia>>. págs. 189-217, 203.