



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
CAMPUS I
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



LA CULTURA ORGANIZACIONAL EMPRENDEDORA: CASO
COMUNIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES
DE CHIAPAS EN TUXTLA GUTIERREZ

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON FORMACIÓN
EN ORGANIZACIONES

PRESENTA:
MERCEDES AGUILAR FAVIEL

DIRECTOR DE TESIS:
DR. JULIO CÉSAR PÉREZ ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO AL CUERPO ACADÉMICO:
Administración y Gestión de las Mipymes

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS; SEPTIEMBRE 2012



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
Agosto 03 de 2012
Oficio No. CIP/202/12

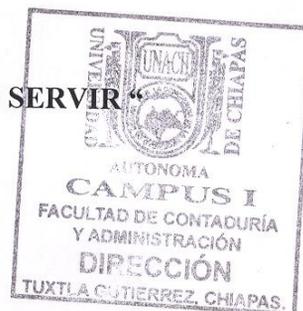
**MERCEDES AGUILAR FAVIEL
CANDIDATA AL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN
CON FORMACIÓN EN ORGANIZACIONES
PRESENTE.**

Por este medio me permito informar a usted que SE AUTORIZA la impresión de su tesis titulada "LA CULTURA ORGANIZACIONAL EMPRENDEDORA : CASO COMUNIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS EN TUXTLA GUTIÉRREZ ", toda vez que ha sido liberada según oficio sin número de fecha 12 de junio de 2012, suscrito por el Dr. Julio César Pérez Zambrano, Director de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, con forme a lo dispuesto en el Reglamento General de Investigación y Posgrado, y de Evaluación Profesional para los egresados de la Universidad, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

**ATENTAMENTE
"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE SERVIR"**

**DR. RAFAEL T. FRANCO GURRIA
DIRECTOR**



Agradezco:

Primeramente a Dios, por su gran amor y por todas las bendiciones que ha derramado en mi vida.

A mis hijos, por existir y ser el motor en mi vida.

A mi Director de tesis, Dr. Julio Cesar Pérez Zambrano, por brindarme su experiencia técnica y profesional en esta investigación, así como la dedicación y perseverancia para su culminación.

De igual manera, a la Dra. Magali Mafud Toledo, Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez y Dr. José Radamed Vidal Alegría por sus invaluable observaciones, críticas, comentarios y valiosos aportes.

Índice

Introducción

| | |
|---|------|
| Capítulo 1: Problematización del objeto de estudio | Pág. |
| 1.1 Planteamiento del problema de investigación..... | 3 |
| 1.2 Determinación de los objetivos de investigación..... | 4 |
| 1.3 Justificación de la investigación..... | 5 |
| 1.4 Delimitación de la investigación | 6 |
| 1.4.1 Ámbito geográfico | 6 |
| 1.4.2 Población | 6 |
| 1.4.3 Muestra..... | 7 |
| | |
| Capítulo 2: Conceptualización del objeto de estudio | |
| 2.1 Cultura Organizacional..... | 8 |
| 2.2 Cultura Emprendedora: Antecedentes..... | 9 |
| 2.3 Bases Teóricas del espíritu emprendedor..... | 14 |
| 2.3.1 Perfil del emprendedor | 14 |
| 2.3.2 Características del emprendedor..... | 16 |
| 2.3.3 Obstáculos para el espíritu emprendedor..... | 19 |
| 2.3.4 Filosofía del emprendedor..... | 20 |
| 2.3.5 Clasificación..... | 21 |
| 2.3.6 Beneficios del espíritu emprendedor..... | 23 |
| 2.4 Educación social para el desarrollo de la cultura emprendedora..... | 23 |
| 2.4.1 La educación, funciones y dimensiones..... | 23 |
| 2.4.2 Intervención socioeducativa orientada a la mejora de la sociedad, tomando como eje el desarrollo de la cultura emprendedora..... | 26 |
| 2.4.3 Universidad, empleo y creación de empresas..... | 29 |
| 2.4.4 Las empresas en México..... | 33 |

| | |
|--|------------|
| 2.4.5 Tendencias en la educación superior..... | 37 |
| 2.4.6 Competencias emprendedoras, papel clave de la educación..... | 40 |
| | |
| Capitulo 3: Contextualización del objeto de estudio | |
| 3.1 Cultura emprendedora en México..... | 50 |
| 3.2 Universidades emprendedoras: Programas Emprendedores..... | 52 |
| 3.3 La Universidad y el desarrollo emprendedor en el Estado de Chiapas..... | 60 |
| 3.4 Cultura emprendedora en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas..... | 63 |
| 3.4.1 Programa educativo para el desarrollo de la cultura emprendedora..... | 66 |
| 3.4.2 Análisis del contexto socioeducativo del alumnado de la UNICACH..... | 67 |
| 3.4.3 Que competencias enseñar y para que..... | 68 |
| 3.4.4 Metodología de la enseñanza..... | 72 |
| 3.4.5 Contenidos..... | 74 |
| | |
| Capitulo 4: Marco Metodológico del objeto de estudio | |
| 4.1 Tipo de investigación..... | 77 |
| 4.2 Tipo de instrumentos..... | 78 |
| 4.3 Diseño de la investigación..... | 79 |
| 4.4 Hipótesis..... | 80 |
| 4.5 Análisis de resultados obtenidos..... | 82 |
| | |
| Conclusiones..... | 104 |
| Bibliografía..... | 107 |
| Anexos..... | 110 |

Introducción

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común. La cultura ofrece formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción que guían la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización.

La iniciativa individual y la solidaridad, son componentes esenciales de la cultura emprendedora. Como producto de esta acción resulta la construcción de Capital Social. Esto relaciona en forma directa el grado de desarrollo y eficiencia de las sociedades humanas a la existencia de redes sociales de confianza mutua y solidaridad.

La educación es un instrumento privilegiado en la medida en que busca conseguir la construcción de un ideal humano mediante estrategias, medios, recursos, etc., con los cuales se pueda generar la adquisición de valores, creencias, conocimientos, actitudes, saberes, habilidades, entre otros aspectos, necesarios para la promoción del desarrollo de una cultura organizacional emprendedora orientada para la construcción de un proyecto social integrado.

La presente investigación pretende mostrar que los jóvenes estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH) son susceptibles de convertirse en agentes emprendedores. Por este motivo, efectuamos un análisis de actitudes emprendedoras para identificar el grado de presencia de las mismas, teniendo por objetivo presentar un aporte cultural del emprendedurismo, al programa educativo con la finalidad de que mejoren las aptitudes emprendedoras como parte integral de ese proyecto, de igual modo, que contribuya al desarrollo de la “cultura organizacional emprendedora” motivado por razones de orden personal, social y económica.

La investigación que aquí se presenta está dividida en cuatro capítulos, el capítulo primero titulado “La problematización del objeto de estudio” aborda el planteamiento del problema, determina los objetivos generales y específicos, su justificación y la delimitación del mismo.

En el capítulo segundo titulado “Conceptualización del objeto de estudio” se presenta la noción general de la cultura organizacional emprendedora, continuando con la descripción de la evolución socio-histórica de la actividad y de la cultura emprendedora, consideramos la necesidad de la promoción de la cultura organizacional emprendedora cómo “alternativa” de desarrollo y progreso. Esto implica la adopción de una nueva actitud, nuevos valores, conocimientos y creencias, con los cuales se pueda asumir la creación de empresas y el espíritu empresarial como “proyecto social integrado”.

En el capítulo tercero titulado “Contextualización del objeto de estudio” se abordan temas sobre educación y cultura emprendedora, se presenta a la educación como pieza fundamental con la cual se puede consolidar este proyecto social y económico integrado. Se analizan aspectos emprendedores en las universidades mexicanas, así como el desarrollo emprendedor de las universidades públicas de Chiapas y concretamente en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

El cuarto capítulo titulado “Marco metodológico del objeto de estudio” se refiere a la metodología utilizada, la cual fue de tipo descriptiva, a la delimitación del ámbito de la presente investigación, al tipo de investigación efectuada, al instrumento de recolección siendo éste el cuestionario, y con los datos obtenidos se formularon los resultados del mismo.

Finalmente, se presentan las conclusiones de la investigación, señalando los aspectos más relevantes, la identificación del problema, la validación de la hipótesis y las propuestas alternativas de solución.

Capítulo 1: Problematización del objeto de estudio

1.1 Planteamiento del problema de investigación

Nuestro México vive una tremenda transformación. Somos parte de la evolución de un mundo globalizado que ha modificado las dinámicas en prácticamente todos los rubros, sobre todo en la estabilidad socio-económica. Uno de los eventos coyunturales que ha venido en ascenso ha sido el desempleo ante la baja de plazas productivas en prácticamente todos los sectores y en todos los estados del país (Cortés, 2011).

Parece un panorama desalentador por mucho. Ante esta situación de angustia y queja económica, son muy pocas personas las que actúan para cambiar su realidad; son pocas las personas que dejan en el pasado la figura de empleado explotado, mal pagado y hasta frustrado. Son realmente pocos los que se aventuran por emprender efectivamente sus ideas y buscar su propio éxito.

Es lógico que sean pocos ya que nuestro sistema educativo no ha incluido en sus programas algún tipo de educación enfocada a emprender o innovar; ha sido una educación de obediencia y de aspiración, para que los “líderes” nos digan qué hacer.

Y aunque en algunas universidades han incorporado a sus currículas diversas modalidades académicas para impulsar la actitud emprendedora; en muchos casos, únicamente han ensayado el proceso de planeación e implementación de una empresa propia, sin promover la cultura organizacional emprendedora ni ofrecerles las suficientes herramientas que les permitan crear cuando egresen su propia fuente de empleo.

Los diversos conflictos que vienen padeciendo las instituciones de educación superior, en cuanto a los problemas sociales, económicos y políticos del mundo globalizado en el que vivimos, repercuten en el mercado profesional de los egresados, tanto en oportunidades para desarrollarse en el ámbito profesional como en el laboral.

En el caso de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas la problemática que se presenta en los jóvenes al egresar de la universidad, es el enfrentarse al desempleo y

desconocimiento del mundo laboral y empresarial, y ello es debido a la falta del fomento a la cultura empresarial, como parte del proceso de aprendizaje dentro de la institución.

La falta de una educación organizacional emprendedora en la universidad, es motivo de que los estudiantes muestren poco interés en tomar actitudes y habilidades emprendedoras que enfoquen su talento en proyectos productivos y sustentables y por consiguiente poca o nula cultura organizacional emprendedora. Esto genera en los estudiantes insuficientes capacidades y un limitado desarrollo profesional al enfrentarse al ambiente laboral y empresarial.

1.2 Determinación de los objetivos de investigación

Objetivo General:

- a) Sensibilizar y dar a conocer a los diferentes agentes políticos, económicos y sociales de la comunidad de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas sobre la relevancia de implementar acciones educativas con fomento a la cultura organizacional emprendedora en el proceso de aprendizaje durante la carrera profesional de los jóvenes estudiantes.

Objetivos Específicos:

- Sensibilizar a la comunidad de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas para desarrollar una cultura organizacional emprendedora.
- Proponer con los docentes y demás expertos que están en contacto directo con los estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas para que sean capaces de promover en su alumnado las competencias emprendedoras.
- Desarrollar en los estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas habilidades y actitudes emprendedoras.

- Promover la creación de empresas entre los estudiantes con el fin de que generen su autoempleo, así como el ser empleadores.
- Vincular a los estudiantes creadores de empresas con los organismos del sector público y privado que les permitan llevar al desarrollo y madurez de sus empresas.

1.3 Justificación de la investigación

Para introducir innovaciones tecnológicas, organizativas y sociales en el tejido productivo y empresarial, es necesario definir las nuevas formas de actuación del conjunto de las administraciones públicas y educativas, las cuales deben estimular el avance productivo y la concertación estratégica de los actores económicos, sociales y políticos con el objeto de lograr el desarrollo en el ámbito profesional y laboral.

Así también, el logro de la productividad y la competitividad de las empresas privadas es una “función sistémica” de todo un conjunto de actividades que costea la sociedad: las educativas y de capacitación de los recursos humanos.

Todo ello lleva a relevar el papel de la universidad pública en la formación y capacitación de recursos humanos para que desplieguen esfuerzos, conocimientos, habilidades y actitudes acordes con el nuevo paradigma de desarrollo local y con las exigencias de la globalización, que pueden ser utilizados en esos distintos ámbitos y aspectos de las administraciones públicas, de las organizaciones empresariales, y de las organizaciones civiles y ciudadanas.

Las nuevas necesidades reclaman nuevas calificaciones y esto implica traducir las necesidades de desarrollo en oportunidades de empleo mediante cierta especialización de los recursos humanos; pero también a través del desarrollo de ciertas capacidades basadas en las capacidades básicas que permiten aprender a emprender.

De ahí que las iniciativas locales de formación y capacitación de los recursos humanos, busquen el desarrollo de las capacidades de empresa y de gestión que incluyan la evaluación económica, técnica, medioambiental y organizativa de cualquier

emprendimiento productivo. De esta manera, se debe intentar estimular y reforzar las habilidades para la transformación productiva y empresarial.

Es de suma importancia lograr la mejora o introducción en los procesos educativos con una filosofía institucional hacia una cultura organizacional empresarial, para lograr la transformación cultural y así producir o crear una nueva generación de profesionistas emprendedores.

La educación debe buscar conseguir el mejoramiento de la sociedad y fomentar las competencias emprendedoras para configurar un modelo de persona integral y autónoma, capaz de consolidar la cultura organizacional emprendedora en la universidad en cuestión, considerando un programa educativo que contribuya en la formación profesional ocupacional con la práctica profesional.

Todo lo que fue anteriormente expuesto nos lleva a pensar que hay motivos suficientes para efectuarse la presente investigación, pues de esta forma estaremos en el camino adecuado para la concepción y posterior implementación de programas educativos orientados para el desarrollo de la cultura organizacional emprendedora entre los jóvenes estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

1.4 Delimitación de la investigación

1.4.1 Ámbito Geográfico

El contexto geográfico en el que ha transcurrido la investigación es en la Universidad de Ciencias y Artes del Estado de Chiapas, ubicada en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Se ha llevado cabo un análisis para detectar el grado de desarrollo de la cultura organizacional emprendedora que se presenta en la comunidad universitaria.

1.4.2 Población

Un elemento fundamental en cualquier investigación consiste en determinar los sujetos con quienes se va a llevar a cabo el estudio; lo que hace necesario delimitar el ámbito de la investigación definiendo una población. Podemos entender por población el conjunto

de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno.

Normalmente no es posible realizar la investigación con todos los sujetos objeto de estudio. Por este motivo, autores como Latorre, Del Rincón, Arnal (2003) y otros, distinguen entre universo y población asignando al término universo la totalidad de posibles sujetos, y a población la parte del universo al que el investigador tiene acceso.

En nuestro caso cuando nos refiramos a población estaremos aludiendo a jóvenes entre 18 a 24 años estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, alumnos y alumnas que se encuentran matriculados oficialmente en la UNICACH Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

1.4.3 Muestra

La muestra se determinó de manera no probabilística, pues se encuestaron los alumnos que por facilidad fue posible. El punto de partida fueron los estudiantes que estaban inscritos en las primeras y últimas materias en las distintas carreras que oferta la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

En total la muestra fue de 328 los participantes en que se encuestaron, que se distribuyeron de la siguiente manera:

- Se aplicaron cuestionarios a los alumnos de nuevo ingreso con el propósito de conocer su perfil emprendedor. (150 participantes)
- Otro grupo está constituido por los estudiantes de últimos semestres. El aplicarles una encuesta permitió identificar a los emprendedores potenciales, así como realizar el perfil del estudiante actual de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas y conocer si tienen las características básicas de un emprendedor.(150 participantes)
- A los maestros se les aplicaron 28 encuestas. Se consideraron maestros de todas las carreras, de sexo masculino y femenino, así como de tiempo completo, medio tiempo y asignatura (28 participantes).

Capítulo 2: Conceptualización del objeto de estudio

2.1 Cultura Organizacional

La palabra cultura proviene del latín que significa cultivo, agricultura, instrucción y sus componentes eran *cults* (cultivado) y *ura* (acción, resultado de una acción). Perteneció a la familia *cotorce* (cultivar, morar) y *colows* (colono, granjero, campesino).

La cultura a través del tiempo ha sido una mezcla de rasgos y distintivos espirituales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado. Engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. Este concepto se refirió por mucho tiempo a una actividad producto de la interacción de la sociedad, pero a partir de los años ochenta, Tom Peters y Robert Waterman consultores de McKinsey, adaptaron este concepto antropológico y psicosocial a las organizaciones

Este término fue definido por otros investigadores del tema como la interacción de valores, actitudes y conductas compartidas por todos los miembros de una empresa u organización. A continuación se citan diversos investigadores sobre el tema que coinciden en la definición del término.

Granell (1997) define el término como "... aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social..." esa interacción compleja de los grupos sociales de una empresa está determinado por los "... valores, creencia, actitudes y conductas." (p.2).

Chiavenato (1989) presenta la cultura organizacional como "...un modo de vida, un sistema de creencias y valores, una forma aceptada de interacción y relaciones típicas de determinada organización."(p. 464)

García y Dolan (1997) definen la cultura como "... la forma característica de pensar y hacer las cosas... en una empresa... por analogía es equivalente al concepto de personalidad a escala individual..." (p.33).

De la comparación y análisis de las definiciones presentadas por los diversos autores, se infiere que todos conciben a la cultura como todo aquello que identifica a una organización y la diferencia de otra haciendo que sus miembros se sientan parte de ella ya que profesan los mismos valores, creencias, reglas, procedimientos, normas, lenguaje, ritual y ceremonias.

La cultura se transmite en el tiempo y se va adaptando de acuerdo a las influencias externas y a las presiones internas producto de la dinámica organizacional.

Las organizaciones poseen una cultura que le es propia: un sistema de creencias y valores compartidos al que se apega el elemento humano que las conforma. La cultura corporativa crea, y a su vez es creada, por la calidad del medio ambiente interno; en consecuencia, condiciona el grado de cooperación y de dedicación y la raigambre de la institucionalización de propósitos dentro de una organización. Castillo (2011)

2.2 Cultura Emprendedora: Antecedentes

A mediados del siglo XVIII se utiliza el término “empresario” (entrepreneur) por parte del pensador francés Cantillon (1755). En sus escritos del año 1755 señaló al *entrepreneur*, es decir al empresario, como la persona que tiene entre sus funciones la de “crear y poner en marcha la actividad empresarial”. Del mismo modo, autores como Herbert y Link (1989), que estudiaron este periodo histórico desde la Teoría Económica, sostienen que el *entrepreneur* es el empresario, quien entre sus muchas y variadas funciones posee las de: asumir riesgos como el de crear una empresa y las de innovar, esto es, “emprender”.

Veciana (1999) pone de manifiesto que los estudios sobre el “emprendedor” han venido desarrollándose desde entonces, siendo objeto de estudio, fundamentalmente, de la perspectiva de la Teoría Económica; y centrados en la función empresarial. Así pues, siguiendo a este autor, podemos decir, que es a partir de mediados del siglo XX cuando la comunidad científica se aproxima al estudio del “entrepreneur” únicamente desde su vertiente emprendedora. De esta manera, el acento se pone en el sujeto, destacando sus: comportamientos, capacidades, etc. Por todo esto, actualmente, identificamos el término entrepreneur como “emprendedor”.

En el ámbito económico y sociológico, tienen como origen etimológico la palabra francesa “entreprendre” (FUNDA-PRO, 2005); y con ella se alude a la “acción de emprender”, esto es, comenzar alguna cosa.

En esta línea, los economistas franceses, se refieren a los “entrepreneurs” como los sujetos que son capaces de afrontar la incertidumbre y los riesgos propios de las innovaciones; por lo que, con el paso del tiempo terminó asociándose este concepto como sinónimo de “fundador de una nueva empresa”.

Por otra parte, el término entrepreneur se ha traducido al castellano como “emprendedor”. Para el diccionario de la Real Academia Española en su vigésima segunda edición (2001) el adjetivo emprendedor o emprendedora hace alusión a la persona “que emprende con resolución acciones dificultosas o azarasas”.

No obstante, el análisis etimológico del concepto “emprender” no nos dice nada acerca del origen de la expresión “cultura emprendedora”, independientemente de la posible relación que pueda haber entre ambos. De acuerdo a los términos entrepreneur y entrepreneurship. El primero de ellos, como hemos mencionado anteriormente, hace alusión al “emprendedor”, mientras que el segundo hace referencia a la “capacidad que tiene éste de emprender y generar nuevos negocios o empresas”, esto es, “el conjunto de conocimientos relacionados con el emprendedor y la creación de empresas” (González, 2004).

Durante el último tercio del siglo XX para algunos investigadores (Kantis, Angelelli y Gatto, 2001; Kantis, Angelelli y Koenig, 2004), el término entrepreneurship hace referencia al proceso de creación de empresas en sentido amplio. Lo que comprende el estudio de las condiciones económicas y los mercados de los recursos, la estructura y dinámica de los sectores en que se desarrolla la actividad emprendedora, el marco legal, la financiación; así como los aspectos personales y de comportamiento del emprendedor.

Asimismo, la Unión Europea, teniendo en cuenta las aportaciones de estos y otros investigadores, promueve a partir del Consejo Europeo de Lisboa de marzo del 2000 todo un conjunto de políticas y acciones formativas orientadas al fomento del espíritu

emprendedor y la creación de empresas, con la intención de ir generando las bases que propicien el desarrollo de una cultura emprendedora en el seno de la Unión.

Tras reflexionar brevemente sobre el origen de los términos “emprendedor” y “cultura organizacional emprendedora”, pasamos a abordar la evolución histórica que ha experimentado la actividad emprendedora; para observar los aspectos sobre los que se asienta actualmente la cultura emprendedora y así llegar a su comprensión.

Desde el punto de vista sociológico, el estudio de la actividad empresarial y sus implicaciones sociales, tiene su origen en los cambios y transformaciones derivados de una incipiente sociedad industrial iniciada a mediados del siglo XVIII como consecuencia de la Revolución Industrial.

Autores como Garmendia y Parra Luna (1993) sostienen incluso que la Sociología, como disciplina científica, aparece con objeto de estudiar los cambios que se producen en la sociedad de la época a raíz de esta nueva realidad industrial.

Existen tres razones fundamentalmente que explican la preocupación de la ciencia sociológica por la “empresa”:

- La empresa, como organización productora de bienes y servicios, tiene influencias y consecuencias no sólo de tipo económico. Aparece como realidad autónoma con importantes repercusiones sociales.
- Cada vez se utilizan en su estudio métodos más exactos.
- Aparición del llamado “factor humano” como aspecto destacado en la producción de bienes y servicios.

De los tres aspectos expuestos se destaca la importancia que tiene el tercer elemento: el “factor humano”, para la creación de una “cultura organizacional emprendedora”. En el presente trabajo se señala la trascendencia de estos factores socio-personales para el desarrollo de las competencias emprendedoras.

Entonces la “Sociología de la Empresa”, como ámbito de estudio, nace con el propósito de analizar las relaciones sociales que tienen lugar en la nueva sociedad industrial.

Bonfil (1997) define a la cultura como “el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación y organización sociales, y bienes materiales que hacen posible la vida de una sociedad determinada y le permiten transformarse y reproducirse como tal, de una generación a la siguiente”. Esta definición muestra los tres elementos de una función: el objeto determinado que es la vida en sociedad, incluyendo su transformación y los elementos que conllevan a ello; las variables independientes que son las formas de comunicación y de organización social y económica, conjuntadas por la estructura institucional, el estado de las artes y la ciencia; y la función, es decir, la regla que interrelaciona lo determinado y lo determinante: la cultura, porque ella amalgama símbolos, valores, actitudes y habilidades técnicas y científicas que mueven la acción humana hacia un fin.

De acuerdo a lo anterior, forma cultura todo acto social, pero como tal es expresable sólo aquel que se convierte en código de conducta y que conforma un sistema de comunicación simbólico, crea identidad y da cohesión a un grupo o una sociedad determinada. Los códigos son resultado de un lenguaje común, una forma de concebir y compartir la idea del mundo y una manera de enfrentarlo. Todo ello determina patrones de conducta donde las manifestaciones individuales y sociales adquieren significado. La cultura envuelve comportamientos y crea sistemas de comunicación donde el idioma, las manifestaciones artísticas, las actitudes del poder y ante el poder, los gustos y los prejuicios se adquieren de manera inconsciente.

En correspondencia con nuestra definición, el humano como especie es un hacedor de cultura; todos sus testimonios es cultura.

Las organizaciones de éxito al parecer tienen fuertes culturas que atraen, retienen y recompensan a la gente por desempeñar roles y cumplir metas. Uno de los roles más importantes de la alta dirección es dar forma a la cultura que, con personalidad, tendrá un efecto importante en la filosofía y el estilo administrativo. La filosofía de una persona ofrece lineamientos para la conducta. El estilo se refiere a la forma en que se hace algo.

La cultura es la forma acostumbrada o tradicional de pensar y hacer las cosas, compartida en mayor o menor medida por los miembros de la organización, y que todos

los miembros entrantes tienen que aprender y aceptar para ser aceptados como servidores de la empresa.

En la cultura moderna el aumento del intercambio comercial motivó fuertes oleadas de emigración de Europa al resto del mundo, y hubo un conjunto de emprendedores: exploradores, conquistadores, nuevos religiosos, gente que se arriesgó a establecer formas de vida guiadas por la utopía o por la ganancia.

Estos emprendedores modificaron la vida entera del planeta: globalizaron su economía. Las ciudades fueron nuevamente los sitios en donde los emprendedores civiles encontraron un nicho para sus actividades, los libertos urbanos, alejados de los dominios territoriales, generaron sistemas que se basaban en la producción para el intercambio a pesar de las excesivas reglamentaciones y de su carácter corporativo, pero también se apoyaron en sistemas de conocimiento donde la razón, no la creencia, ganó la batalla. Así, desde el origen de la Época Moderna, cuando la organización social se fincó de nuevo en la razón y el entendimiento, se creó una nueva cultura que aceptó como valor el progreso material de la humanidad.

La razón se difundió como principio explicativo de todo: de la naturaleza, de la religión y del propio hombre. La creencia fue sustituida por la ciencia, la ganancia dejó de ser pecado, los préstamos a futuro y a distancia se desarrollaron sentando las bases de un mercado financiero internacional, los sistemas comerciales florecieron, primero bajo la acción emprendedora protegida por los reinos, luego, como expresión privada. La vida toda, determinada por el esfuerzo personal, era una vida con futuro porque el bienestar se convirtió en el objetivo del mundo.

La comprensión de la actitud emprendedora de la sociedad civil como determinante en el proceso de mejoramiento de la vida fue resultado de El Renacimiento, la revolución comercial, la Revolución Industrial y la Ilustración. Este conjunto de movimientos dieron otro papel al individuo en la sociedad porque, a partir de entonces, él fue el origen del poder y el fin de la economía. Desde ese tiempo se construyeron conjuntos sociales organizados cada vez más con base en el conocimiento, no en la creencia, tratando de hacer crecer el ingreso más que la riqueza, es decir, la producción en vez de la propiedad, haciendo del bienestar un objetivo tripartito: social, económico y político.

Así se establecieron sistemas basados en principios jurídicos-sociales de igualdad, en principios económicos de competencia orientados a la satisfacción del consumidor y en fundamentos políticos derivados de la idea de que la soberanía, o sea, el poder político, debía recaer en el pueblo y no en un monarca.

Todo este conjunto de cambios transformó la visión de la vida, particularmente de la idea del poder, porque si este recaía en el pueblo, entonces el poder que residía en él debería servirle para lograr sus objetivos, de manera que un nuevo conjunto de emprendedores sociales se sumaron a los emprendedores particulares, la sociedad era principio y fin de la economía y de la política.

2.3 Bases Teóricas del espíritu emprendedor

De acuerdo a la definición de la cultura emprendedora como resultado o efecto de cultivar las actitudes, las habilidades y los conocimientos necesarios para un emprendedor y de afinarse por medio de la práctica las facultades emprendedoras del hombre; a continuación se describen algunos términos importantes para los fines de esta investigación:

2.3.1 Perfil del Emprendedor

No existe una teoría única que pueda explicar la conducta de los emprendedores. Sin embargo, en investigaciones realizadas por David McClelland a principios de los años setenta, descubrió que las personas que seguían carreras empresariales tenían una gran necesidad de logro, en otras palabras, la necesidad psicológica de lograr objetivos. Las personas que tienen gran necesidad de logro gustan de correr riesgos, aunque sólo si son razonables y si dichos riesgos son un estímulo para realizar un esfuerzo mayor.

Otros investigadores han estudiado los motivos y las metas de los emprendedores, las cuales, al parecer, incluyen riqueza, poder, prestigio, seguridad, autoestima y servicios a la sociedad.

Thomas Begley y David P. Boyd identifican cinco dimensiones en el espíritu del emprendedor:

1. **Necesidad de logro:** Los emprendedores alcanzan una clasificación alta acerca del concepto de la necesidad de logro de McClelland.
2. **Posición de control:** Expresa la idea de que las personas, y no la suerte ni el destino, controlan su existencia.
3. **Tolerancia ante el riesgo:** Los emprendedores que están dispuestos a correr riesgos moderados, al parecer obtienen rendimientos más altos sobre los activos que los emprendedores que no corren riesgos o los corren exagerado.
4. **Tolerancia ante la ambigüedad:** En cierta medida, todo administrador la necesita, pues muchas decisiones se deben tomar con información incompleta o confusa.
5. **Comportamiento del tipo A:** Se refiere al impulso por hacer mas en menos tiempo y, si fuera necesario, a pesar de las objeciones de otros. Guadamos (2011).

En estas teorías predominan las cuestiones psicológicas, donde sobresale la necesidad de logro.

En un estudio realizado en nuestro país, se llegó a la conclusión que el aspecto económico es la razón por la cual se han creado micronegocios en México. Los otros motivos que aparecen en la bibliografía de los emprendedores ocupan un lugar secundario: razones de tipo cultural como la tradición familiar, las que tienen que ver con las condiciones de trabajo como es el horario flexible o las psicológicas como querer ser independiente, ser una persona respetada y admirada o sentirse autorrealizado García de León (1998).

Se puede decir, entonces, que los elementos esenciales al ser un empresario son la subsistencia y el sentirse bien (motivación, autorrealización).

Además de las diferentes teorías que existen para explicar la conducta de los emprendedores, se presenta un debate en torno del empresario y su condición de innato o adquirido. Pese a esto, cada vez son más numerosas las pruebas que confirman que una buena parte del proceso que lleva a convertir a un individuo en empresario

triunfador, puede ser aprendida, si bien no por cualquiera ni de cualquiera. No se puede negar que algunas personas poseen cualidades innatas que las hacen ser emprendedoras; sin embargo, para serlo, aparte de la motivación inicial y las cualidades innatas, se requiere sentir la necesidad de aprender y adquirir instrumentos administrativos y de otra índole para crecer sanamente.

2.3.2 Características del Emprendedor

Existen diversos estudios que intentan determinar las características empresariales. No es fácil hacer generalizaciones sobre ellos, pues los enfoques que tienen de empresario son diferentes.

Ser empresario consiste en tener “la facultad de crear y desarrollar algo prácticamente de la nada. Supone lanzar una empresa u organización, ocuparse de ella, obtener logros y ampliarla, más que contemplarla, analizarla o describirla solamente...”. IBIDEM.

Adoptando una definición genérica de empresario, se pueden considerar las siguientes características:

- Los empresarios sienten una necesidad de independencia mucho mayor que los administradores de compañías.
- Es una persona con una necesidad sustancial de logro y un cierto grado de tolerancia de la ambigüedad: la capacidad de manejar situaciones de incertidumbre.
- Muestras de energía y resistencia de un nivel sustancial de autoestima, de una fuente de dominio de la situación.

La definición anterior es aplicada al *entrepreneur*, pero también en esta investigación se va a hacer referencia al *espritu intrapreneur*. Un *intrapreneur* es una persona dentro de una organización que busca una innovación y la promueve durante un cierto periodo de tiempo. Es “el espíritu emprendedor creativo mediante el cual una organización pretende expandirse explorando oportunidades nuevas gracias a combinaciones de los recursos existentes”.

A continuación se realizará una caracterización de lo que es un emprendedor. Por supuesto, que es imposible encontrar una persona con todos los atributos para lograr el éxito como emprendedor; sin embargo, es importante conocer qué puede asegurar el triunfo.

Caracterizar implica determinar los atributos peculiares de una persona de modo que claramente se distinga de los demás. Las características se van a agrupar en: actitudes, habilidades, cualidades y conocimientos.

Una actitud es la manifestación externa y visible de nuestros pensamientos y de cómo respondemos a la interpretación que hacemos de la realidad por medio de nuestras acciones.

Entre las actitudes que se han logrado observar e identificar en las personas emprendedoras se encuentran las siguientes:

Una persona emprendedora realiza su trabajo de manera ardua y tenaz, es decir, entregada a la tarea. Las personas con alto nivel de realización, una vez que se han decidido por una pauta de acción, se comprometen totalmente, se sumergen en su tarea y perseveran con su proyecto hasta que se haya completado con éxito. En otras palabras, terminan lo que inician y persiguen la excelencia. Aunado a lo anterior, se puede identificar que no son conformistas, sienten confianza en sí mismos, toleran las situaciones de ambigüedad, estrés e incertidumbre, a la vez que toman riesgos calculados.

Por otra parte, perciben las oportunidades, planean y siguen con optimismo en dirección hacia las oportunidades y metas fijadas, generando sus propios trabajos. Tienen iniciativa e identifican que es responsabilidad personal. Además, la tendencia básica es hacia el logro y el crecimiento, no temen a los errores pues son competitivos.

En segundo lugar, pero no menos importantes, tenemos a las habilidades. Una habilidad es la capacidad, la inteligencia y disposición para una cosa. Las capacidades distintivas de un emprendedor son la organizativa, de convencimiento, de decisión, sentido de urgencia y paciencia. Gustan y saben dirigir, a la vez que tienen buenas relaciones

interpersonales y manejo adecuado de la retroinformación. Son personas creativas e incluso pueden aprovechar los fracasos, gracias a sus buenos hábitos de trabajo y a que usan su máxima capacidad.

En cuanto a las cualidades, tienen sentido común y la intuición les revela la mejor forma de lograr su proyecto. Son personas íntegras y confiables, con buen sentido del humor, concentración y don de mando.

Además de actitudes, habilidades y cualidades, un empresario requiere conocimiento. Precisa de una inteligencia general con orientación a la realidad que le permita ser innovador y aplicar la tecnología mediante el conocimiento genuino del campo en que trabaja.

Los empresarios trabajan tenazmente, guiados por un compromiso intenso y una resuelta perseverancia. Actúan movidos por el deseo competitivo de sobresalir y ganar, utilizan los errores que cometen como herramientas de aprendizaje y es mayor su anhelo de ser eficaces que el de ser perfectos. Ser emprendedor no es fácil. Es un trabajo agotador, con muchas tensiones e inseguridad en el futuro. No todas las personas son aptas para esto pues este esfuerzo ha provocado crisis familiares, quiebras y fracasos graves en muchos.

Las características anteriores se complementan, pero por sí solas no son suficientes para lograr los objetivos. Como se puede ver, si se toman en cuenta todas estas características, se estará hablando de un superhombre. No es indispensable que un emprendedor posea todas estas características, pero sí gran parte de ellas.

Dado que frecuentemente los empresarios surgen de una herencia empresarial y van configurándose y creciendo en la cercanía de los empresarios y su experiencia, un aprendizaje formal puede ser de utilidad. Se deben acabar los promotores de empresas improvisados, que se dedicaban a hacer negocios “al vapor”, sin planeación ni control, sin saber a qué atenerse.

Ahora existe la imperiosa necesidad de capacitarse, obtener financiamiento o inversionistas seguros, controlar el gasto y las utilidades brutas. En una palabra, formar

estructuras dentro del negocio para asegurar su vida independiente y, por qué no, su trascendencia.

Un cuestionamiento muy importante es ¿cuál es la diferencia entre los que logran el éxito como empresarios y los que no lo consiguen? Algunas disciplinas se han dedicado a investigar qué es lo que hacen y cómo lo hacen las personas exitosas. Han logrado identificar algunos factores que influyen en ello:

- El ambiente.
- Las circunstancias de determinado momento o época.
- Las personas que los rodean.
- El tipo de preparación que se tenga.
- La actitud mental positiva

Las investigaciones coinciden en que las personas exitosas tienen en común una actitud mental positiva, además de una serie de hábitos positivos que al desarrollarlos día con día les permiten acceder al éxito con mayor facilidad que aquellos que no lo hacen.

2.3.3 Obstáculos para el espíritu emprendedor

Algunos obstáculos para el espíritu emprendedor son: la ausencia de una idea viable (motivo más común); escaso conocimiento del mercado; falta de habilidades técnicas; capital inicial; carencia de conocimientos generales sobre el negocio; complacencia, falta de motivación; presiones de tiempo, distracciones; limitaciones jurídicas; y, proteccionismo, monopolios.

Como podemos darnos cuenta, algunos de estos impedimentos para el espíritu emprendedor pueden superarse a través del aprendizaje adquirido en las escuelas, así como a través de la preparación constante.

Según Timmons (1993), es posible trabajar sobre la generación, práctica y refinamiento de las actitudes y acciones empresarias. A algunos les cuesta mayor esfuerzo que a otros, pues depende mucho de la motivación individual que cada uno tenga para crecer.

2.3.4 Filosofía del espíritu emprendedor

Por filosofía se va a entender los lineamientos, reglas o maneras básicas de pensar que hacen que aquellos que quieren y puedan, emprendan el camino para convertirse en hombres de empresa. Grabinski (2011).

Algunos lineamientos que los estudiosos del tema emprendedor han identificado como parte de la filosofía de éste son:

- Se es empresario porque se tiene el deseo de crear riqueza para uno y su familia.
- Pone en juego de manera obsesiva y constante todos los recursos con que cuenta y se ingenia para obtener otros que parecían inalcanzables.
- Un hombre de empresa es, por naturaleza, una persona que asume riesgos en forma constante.
- La familia del pequeño empresario está involucrada en forma permanente en las actividades de éste.

La filosofía emprendedora está basada en la convicción de que:

1. Una economía de iniciativa privada es la forma más eficiente de desarrollo económico.
2. La iniciativa privada responde a oportunidades de libre mercado, produce empleos, habilidades empresariales y crecimiento económico.
3. Los emprendedores incrementan la riqueza de la sociedad y mejoran la calidad de vida.

Los emprendedores buscan crear un mundo en el cual los individuos tengan la libertad de decisión económica, de tener su propia producción, de competir en el mercado, de tomar riesgos económicos por una utilidad o pérdida, de decidir o retener los logros de sus decisiones; en fin, la libertad de emprender.

2.3.5 Clasificación

Un emprendedor realiza sus actividades en la iniciativa privada aunque muchas veces no está consciente de ello, pues considera que pertenecen a la iniciativa privada sólo las grandes empresas o donde existe mucho dinero de por medio. Para los fines de este trabajo, se va a considerar iniciativa privada “...toda aquella persona o equipo de personas que sobresalen de los demás por tener una actitud de pasión, independientemente del nivel económico que ocupen”. Ibarra (2011).

Los emprendedores se clasifican, desde el punto de vista del tipo de la economía, en formales y no formales. Cuando se desarrolla en la economía privada formal realiza acciones lícitas en forma legal; la economía privada no formal puede ser informal y subterránea. En la primera, las actividades son lícitas más no legales; en la segunda, son tanto ilícitas como ilegales.

Se debe buscar ser empresarios en la economía privada formal, aunque en los países latinoamericanos se ha presentado en los últimos años un incremento en la economía privada informal.

Al hablar de emprendedor, desde el punto de vista de las características de la persona, se puede hacer referencia a dos: el profesional y el tradicional. Hay una serie de características que los diferencian. Para los fines de este trabajo resulta importante conocer qué caracteriza a un emprendedor de uno que no lo es. La característica fundamental es la preparación que se obtiene de manera formal. Grabinsky (1997).

Al hablar de micro y pequeñas empresas (las más comunes en nuestro país) se puede hacer referencia a dos grandes grupos: empresarios de subsistencia y empresarios de reproducción simple con capacidad de acumulación. El papel de las empresas del primer grupo es como opción de autoempleo y como instrumento de combate a la pobreza. En cambio, las microempresas de reproducción simple con capacidad de acumulación deben ser consideradas como unidades económicas capaces de participar activamente en el proceso de cambio estructural y modernización de la economía. El primer grupo está relacionado con el emprendedor tradicional y el segundo con el emprendedor profesional.

No se puede hablar que el emprendedor tradicional es obsoleto; sin embargo, se debe buscar ser un emprendedor profesional, sobre todo los estudiantes universitarios. Es un cambio inexorable que se debe manifestar en este nuevo milenio, en esta economía globalizante.

No se tocarán las características del emprendedor tradicional, pues para los fines de esta investigación interesan las características del emprendedor profesional.

Una de las características del emprendedor profesional es que piensa en términos de competitividad nacional e internacional. No sólo se queda en el plano local, sino que va más allá, pensando en un crecimiento que le permita expandirse.

El emprendedor profesional debe, al tomar decisiones, buscar apoyo de ejecutivos asesores, familiares y no sólo eso, debe buscar el consenso. La información en la toma de decisiones es fundamental y no escatima en su búsqueda. El emprendedor profesional en su actitud es una persona cuestionadora, con muchas preguntas que resolver. Buscan la asesoría necesaria por áreas de especialización y a nivel general, ya que quieren minimizar los riesgos que puedan tener sus decisiones.

No les interesa solamente crear empresas nuevas ya que están dispuestos a ver alternativas tales como comprar, asociarse o buscar alianzas estratégicas además de la opción de abrir un nuevo negocio. Sus empresas son flexibles, virtuales o sea que buscan el apoyo de subcontratistas, el internet y otros nuevos sistemas de comercialización o sistematización.

Finalmente, aún siendo su compañía pequeña, los emprendedores sueñan y toman medidas para crear emporios. En resumen, su actitud es abierta, flexible y adaptable a nuevas tecnologías y cambios no previstos.

En cuanto a los artículos y servicios que ofrece, el emprendedor profesional busca innovar sin importar el giro. Por ejemplo, si maneja alimentos, ofrece una inmensa variedad de comidas.

Otra característica del emprendedor profesional es que tiene una forma de dirigir más abierta, con información compartida con personas de su confianza y asesores, buscando redes y otros contactos para llevar a cabo sus actividades y usando su intuición para la búsqueda de mercado, no sólo de ideas.

El emprendedor profesional ve el hecho de crear negocios como un gran rompecabezas en donde caben muchos factores. Es un riesgo, claro está, pero va a tratar de minimizarlo de manera científica con un buen plan de negocios, estructuras flexibles y controles constantes. Va a reducir en lo posible los elementos imponderables y sustituirlos por reglas, políticas y procedimientos. Manejar su negocio va a ser un arte basado en bases sólidas y no únicamente en el instinto e impulso del patrón. Para los profesionales su carrera es mucho más que crear una empresa, sino tal vez sean varias e incluso emporios y el control lo ejercerán con base de planear y medir resultados constantemente, no al azar.

El emprendedor del futuro debe ser mucho más global, profesional y visionario que el emprendedor tradicional y en esto debe contribuir la cultura emprendedora que se promueva en las instituciones de educación superior.

2.3.6 Beneficios del espíritu emprendedor

Algunos beneficios sociales del espíritu emprendedor son que fomenta el crecimiento económico, incrementa la productividad, crea tecnologías, productos y servicios nuevos, así como cambia y rejuvenece la competencia en los mercados. Además, se impulsa la investigación y desarrollo, pues la función emprendedora destina activos de la organización para diseñar, probar y producir productos nuevos.

2.4 Educación social para el desarrollo de la cultura emprendedora

2.4.1 La educación, funciones y dimensiones

Aunque a la educación se le han atribuido múltiples finalidades (Planchard, 1978), se podrían mencionar dos básicas o generales: una individual y otra social. En primer

lugar, el proceso educativo estimula el itinerario de crecimiento, desarrollo y maduración del ser humano. En este sentido, Castillejo (1993) indica que la vivencialidad y la funcionalidad son dos notas básicas del proceso educativo, en cuanto que éste le sirve al sujeto para vivir y, además, promocionarse personalmente.

La maduración progresiva que va alcanzando le va a permitir al humano, incluso, ser capaz de innovar y cambiar el entorno, con lo que la educación adquiere una función transformadora. El dinamismo creciente de una sociedad del conocimiento y de la información, y la consiguiente importancia de conformar nuevas estructuras mentales, coloca en primer plano esta función innovadora (Pérez Serrano, 1994).

En segundo lugar, el proceso educativo es socializador, enculturizador. Ayuda al sujeto en su necesidad de adaptación al medio físico y social y, para ello, le dota de las habilidades, conocimientos, actitudes, normas y valores de los que no podrá prescindir para desenvolverse y sobrevivir. La educación es, desde este enfoque, un medio de la cultura para insertar a los nuevos miembros en su seno o, desde la perspectiva más democrática de Habermas y Dewey, un proceso comunitario (Garza, 1995).

Por este motivo, se le atribuye también a la educación una función reproductora, ya que ayudan a comprender, más allá de los análisis estructuralistas y deterministas de la reproducción económica, por qué y cómo las instituciones educativas, al trabajar como lo hacen sobre el conocimiento que seleccionan distribuyen a los alumnos, terminan reproduciendo las condiciones sociales ideológicas de una sociedad de clases.

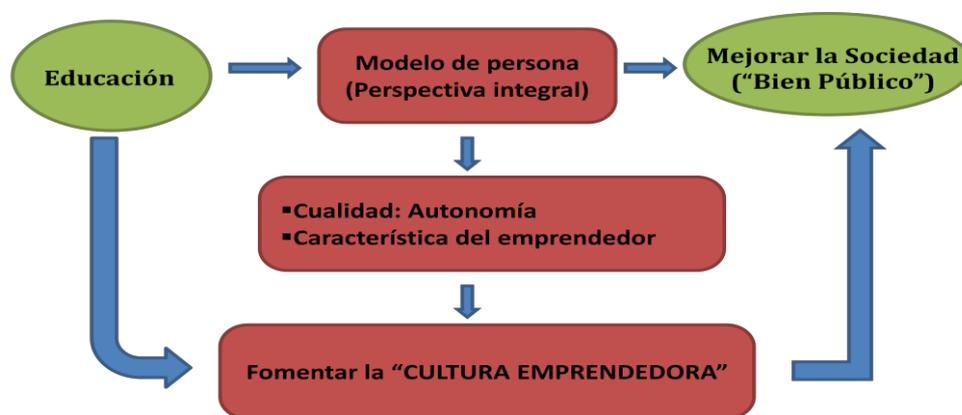


Figura 1.- Relación entre “educación”, “modelo de persona integral” y “cultura emprendedora” orientado a la “mejora de la sociedad”.

Las dimensiones de lo educativo incluyen la dimensión moral, la dimensión social, y la económica, en la medida en que la acción educativa incluye la tensión entre la heteronomía y la autonomía de la conducta moral.

La dimensión social nos hace reflexionar tanto sobre el papel socializador de las instituciones educativas como el educador de la sociedad.

La evolución del sistema productivo de los últimos 30 años invita a revisar la teoría del capital humano y las relaciones entre educación y mercado de trabajo o el ajuste entre el sistema productivo y el sistema educativo.

Piaget (1932) demuestra que la moralidad no se aprende sólo como resultado de interiorización de las normas sociales, sino que es también efecto de un proceso evolutivo y de construcción personal, que se expresa en comportamientos derivados de la capacidad de autogobierno, adquirida en el dialogo y toma en cuenta del punto de vista de los otros.

Como podemos observar la educación moral es una invitación al uso de las potencialidades de la persona incluida la capacidad de iniciativa, rasgo determinante de la actividad emprendedora. Desde el punto de vista de la educación en valores, la capacidad de valorar que consiste en una relación entre deseos, tendencias y lo que es susceptible de satisfacer estas necesidades es educable en la medida en que el valor o lo valorable se presenta como algo necesario para la realización de lo humano (Gervilla, 2000).

La integración que ejerce la educación en las culturas implica una formación del carácter, y aunque cada sociedad moldea las actitudes de sus miembros, estos a su vez y en la medida que ejercen su libertad y autonomía, pueden transformar el mapa de valores de una sociedad. La educación pues, pretende conseguir fines valiosos en los educandos y propone valores para la acción moral educativa.

Refiriéndonos ahora a la “dimensión social”, partimos del hecho que toda educación se desarrolla dentro de un marco social específico y definido en términos de inmersión de

la persona en una trama de dinámicas, hechos, situaciones, intervenciones y condicionamientos propios de una comunidad.

Sin embargo, se toma el término Educación Social en un sentido más específico es: “La acción intencional que, dentro del complejo proceso educativo, descubre, canaliza y desarrolla la sociabilidad inherente a la persona, de modo que ésta vaya insertándose fructuosamente en el ámbito social. Es, por tanto, educación de la sociabilidad y hacia la socialidad” (García Garrido, 1991).

2.4.2 Intervención socioeducativa orientada a la mejora de la sociedad, tomando como eje el desarrollo la cultura emprendedora

Petrus (1998) establece once modos diferentes de entender la Educación Social:

- Como adaptación: adquisición de las necesarias características intelectuales, sociales y culturales para adaptarse al medio, para vivir y sobrevivir en un medio social concreto.
- Como socialización: proceso que permite a los individuos integrarse en la sociedad, asimilando las normas, valores y actitudes necesarios para convivir, sin excesivos conflictos, en su grupo social.
- Como adquisición de competencias sociales: acción educativa cuyo objetivo es el aprendizaje de las virtudes o capacidades sociales que un grupo o sociedad considera correctas y necesarias para alcanzar su integración. La competencia social supone pertenecer a un grupo, y formar parte del mismo implica tener la oportunidad de contribuir a su desarrollo y mejora.
- Como didáctica de lo social: conjunto de estrategias e intervenciones socio-comunitarias en el medio social, marginal o no. Es una intervención en función de unos problemas y unos determinados mandatos institucionales.
- Como acción profesional cualificada: intervención social cualificada de unos profesionales, con la ayuda de unos recursos y la presencia de unas determinadas

circunstancias, sobre un sistema social. Será objetivo de esta actuación remediar ciertos problemas y necesidades de la población alejada de los beneficios sociales.

- Como acción cerca de la inadaptación social: intervención educativa en relación a la inadaptación y marginación social de dos maneras: desarrollando y promoviendo la calidad de vida de todos los ciudadanos y adaptando y aplicando estrategias de prevención de las causas de los desequilibrios sociales.
- Como formación política del ciudadano: formación social y política del individuo, educación política del ciudadano, que incluye: formación de las capacidades sociales de los ciudadanos para una correcta convivencia social, actuaciones escolares y extraescolares y un sistema de ayudas sociales y culturales, principalmente en las áreas más conflictivas.
- Como prevención y control social: conjunto de procedimientos utilizados por las sociedades más avanzadas a fin de que todos sus miembros observen aquellas normas de conducta consensuadas y catalogadas como necesarias para conseguir el orden social.
- Como trabajo social educativo: trabajo social entendido, programado y realizado desde la perspectiva educativa, excluyendo las actividades asistenciales.
- Como paidocenos: conjunto de estímulos que de manera eficaz, posibilita que una sociedad disponga de un mayor nivel de socialización.
- Como educación extra-escolar: intervención educativa estructurada que no forma parte del sistema educativo reglado.

Entonces se puede decir que la educación social debe plasmarse en la adquisición de competencias o hábitos sociales. Por esta razón, proponemos rescatar el sentido original de la educación social entendida como formación social.

García Hoz (1968), considera a la educación como formación: como medio de dar formas más perfectas al educando, o sea, que al afirmar que la educación es formación, queremos resaltar que ella perfecciona al sujeto. Esto significa, siguiendo al autor citado, que la educación produce una modificación del ser humano. Ahora bien, para que esta modificación signifique una verdadera transformación deberá haber un mejoramiento, un desenvolvimiento de las posibilidades del ser o un acercamiento del ser humano a lo que constituye su propia finalidad.

La educación social ha experimentado en las últimas dos décadas una gran expansión, probablemente como consecuencia de las necesidades generadas por factores tan diversos como son: nuevos contextos sociales, la implantación de nuevas políticas sociales, la economía y su influencia sobre el sistema social.

La sociedad actual se caracteriza por su complejidad, y por la rapidez con que se producen cambios que exigen una permanente adaptación a sus miembros.

La educación social ha delimitado su ámbito de actuación y el enfoque de la misma, pues se puede entender como intervención para la normalización de una disfunción o problemática social, para lo cual primará la visión de la educación como adaptación social, o como adquisición de competencias sociales para que el sujeto comprendiendo su realidad y la del grupo en el que vive pueda crecer y desarrollarse como persona.

Las necesidades sociales y culturales de ciertos grupos de población, se ha derivado la expresión “educación social”, aunque algunos prefieren llamarla “intervención socioeducativa”.

Se han realizado investigaciones como las de Colom (1987) en donde exponen los “Modelos de Intervención Socioeducativa”, en el que se pretende evidenciar la necesaria orientación que hacia la intervención socioeducativa debe darse en el ámbito de la Pedagogía Social, al mismo tiempo que llamar la atención sobre los múltiples campos profesionales que se están abriendo al pedagogo/a.

La intervención socioeducativa es aquella actuación sistémica por la cual unos agentes sociales (educadores sociales, pedagogos sociales) atienden a los aspectos educativos de las necesidades de un grupo humano dentro del Trabajo Social.

Cuando esta intervención se orienta a la satisfacción de necesidades, habrá que comenzar por identificar éstas y evaluarlas después; ambas fases las denominamos análisis de necesidades, proceso que utiliza la metodología propia de la investigación social adaptada a la temática y características específicas de los destinatarios de dicha intervención.

2.4.3 Universidad, empleo y creación de empresas

Un aspecto que merece especial atención es el relativo a la relación que se establece entre el mundo laboral y la educación superior en el ámbito mundial.

El desafío de la Universidad actual es refrendar su compromiso con la sociedad en primer lugar preparando los recursos humanos que la misma necesita, para esto es necesario cerrar la brecha entre que se enseña en las Universidades y lo que demanda el mercado laboral, estableciendo un constante monitoreo de la evolución de las empresas y ajustando constantemente la currícula de estudios como una respuesta a esas necesidades. Cuando las instituciones de educación superior hayan demostrado entonces que son capaces de generar el capital humano idóneo y capaces de enfrentar la realidad, las empresas tendrán menos desconfianza y habrá mayor probabilidad de establecer la vinculación vía proyectos empresariales.

Los estudios realizados por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), en su mayoría coinciden en señalar que en los años noventas las perspectivas de trabajo fueron sombrías para los egresados de los sistemas educativos.

Por otra parte, la educación superior enfrenta el desafío de fortalecer sus objetivos fundamentales y de encontrar un equilibrio entre la tarea que implica la inserción en la comunidad internacional y la atención a las circunstancias propias; entre la búsqueda del conocimiento por sí mismo y la atención a necesidades sociales; entre fomentar

capacidades genéricas o desarrollar conocimientos específicos; entre responder a demandas del empleador o adelantarse y descubrir anticipadamente el mundo futuro del trabajo que probablemente se sustentará más en el autoempleo.

De acuerdo a los estudios realizados por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), existe una tendencia clara al autoempleo; sin embargo, no indica cómo es posible crear las propias opciones de trabajo. Para hacerlo es indispensable ser emprendedores.

En muchos países, inclusive en México, existe un desempleo considerable de los graduados, así también, es un hecho que el crecimiento económico de los países depende, en gran parte, de la habilidad de crear nuevas empresas y puestos de trabajo.

En ese sentido, son varios los estudios analizados que vinculan la creación de empresas con el crecimiento y desarrollo económico de una región. Sin embargo, para que esto suceda, se requieren emprendedores capacitados y dispuestos a crear y desarrollar empresas. De lo anterior se deduce que las iniciativas efectivas, en relación a la formación en creación de empresas, serán cada vez más importantes para la expansión de emprendedores dentro de la economía. (Korurilsky, 1995).

La implementación de la formación para la creación de empresas puede ser vista como una respuesta estratégica de las universidades, frente a un contexto demandante y a la evolución de la sociedad que determina, en conjunto, que las capacidades emprendedoras sean vistas cada vez más como algo útil, incluso necesario. Ante tal urgencia, hace ya más de cincuenta años que las organizaciones de educación superior empezaron a contribuir en la creación de empresas (Katz, 2003). Pero es quizá, hoy en día, cuando su participación ha aumentado.

Lo anterior queda patente al observar el creciente número de investigaciones que analizan a las universidades y su papel como generadoras de crecimiento económico e innovación (Laukkanen, 2000). Especialmente los estudios sobre las características de lo que actualmente se denomina como “universidades emprendedoras”.

Autores como Korurilsky (1995), Varela (1997) y Veciana (1999) presentan diversas razones por las que el tema de la formación para la creación de empresas debe ser estudiado:

- Desarrolla una cultura empresarial con la finalidad de favorecer el crecimiento económico y contribuir a la generación de empleo.
- Puede modificar la actitud e intención emprendedoras entre los estudiantes.
- Genera mejores oportunidades para el desarrollo profesional y laboral.
- Estimula las capacidades emprendedoras y produce, en medio y largo plazo, generación de nuevos empresarios.
- Prepara a los estudiantes para un mercado laboral dinámico, donde el perfil emprendedor es altamente valorado.

Sin embargo, a pesar del interés de la investigación económica y empresarial por analizar la formación en creación de empresas, aún persiste la incógnita sobre si realmente podremos enseñar a los estudiantes a ser empresarios. Aronsson (2004) y Kirby (2004) encontraron evidencia empírica que demuestra que la adquisición de conocimientos sobre creación de empresas, puede ser un factor que influya en el desarrollo de habilidades emprendedoras.

Por una parte, Aronsson (2004) señala que el espíritu emprendedor puede ser alentado a través de la enseñanza. Por otra, Kirby (2004) afirma que las capacidades empresariales no sólo son innatas, sino que también pueden ser adquiridas a través del aprendizaje. En resumen, para estos autores las habilidades para ser un emprendedor pueden ser fomentadas. Así, ser un emprendedor no depende únicamente de características genéticas relativas a los individuos. De hecho, Galloway y Brown (2002), mediante un estudio empírico, observaron que alumnos que optaron por, al menos, un curso de creación de empresas dieron muestra de iniciar un negocio en los años posteriores. Por lo tanto, podemos considerar que entre los efectos de la formación para la creación de empresas, se encuentran los siguientes:

- a) construir y transferir conocimientos teóricos;
- b) desarrollar habilidades, conocimientos, intenciones y actitudes hacia la creación de empresas.

De acuerdo con lo anterior, Laukkanen (2000) clasifica la formación para la creación de empresas en dos grandes enfoques:

- El primero desarrolla y estudia teorías sobre emprendedores, el proceso emprendedor, la creación de empresas, las pequeñas y medianas empresas y su contribución al desarrollo económico de los países.
- El segundo se refiere a qué hacer para fomentar la intención emprendedora. Este último busca, básicamente, desarrollar las habilidades claves y los atributos necesarios del emprendedor para el nacimiento de una nueva empresa. Consecuentemente, implica una mayor participación por parte del emprendedor.

En general, la evidencia empírica muestra que el cambio de percepción y disposición de un individuo, después de obtener formación en creación de empresas, es posible. Sin embargo, el análisis del desempeño de esos futuros emprendedores, en la práctica, es difícil de medir.

Por lo tanto, parece conveniente desarrollar las habilidades emprendedoras mediante programas y cursos de creación de empresas, ya que se ha demostrado que la formación en creación de empresas tiene efectos positivos en el deseo de iniciar un negocio (Galloway y Brown, 2002), en la intención y actitudes de los estudiantes hacia la creación de empresas, y en la propensión de llevar a cabo un proyecto de negocios.

Entre las actividades consideradas, para desarrollar las habilidades emprendedoras, algunos autores incluyen, dentro del programa de formación, la elaboración de un plan de negocios, donde cada participante desarrolle su propia idea, realizando un análisis de mercado técnico para evaluar la factibilidad de producción, así como la viabilidad del proyecto de negocio, entre otros elementos.

Véase la siguiente tabla:

| Entradas | Proceso de contenido | Proceso de enseñanza | Salidas |
|--------------------------|------------------------------------|---|--|
| Conocimiento previo | Definición de creación de empresas | Métodos didácticos | Intangibles |
| Necesidades / Intereses | Innovación | Lecturas, libros de texto | Confianza |
| Motivación | Desarrollo de nuevos productos | Clases, conferencias | Comunicación |
| Habilidades | Análisis del entorno | Seminarios, talleres | Toma de decisiones |
| Experiencia de trabajo | Investigación de mercados | Desarrollo de habilidades | Asumir riesgos |
| Personalidad | Producción | Estudios de caso | Tangibles |
| Actitudes | Administración de personal | Trabajo en equipo | Reportes |
| Influencia de los padres | Finanzas | Proyectos | Esquemas |
| Autoestima | Regulaciones gubernamentales | Métodos de descubrimiento | Presentaciones del proyecto |
| Valores | Aspectos legales | Lluvia de ideas | Prototipos de elaboración del producto |
| Independencia | Trabajo en equipo | Solución de problemas, planteamiento de carrera | Exhibición |

Figura 2.- Proceso de formación empresarial (Hynes, 1996)

2.4.4 Las empresas en México

La base de las economías mundiales siempre han sido las micro, pequeñas y medianas empresas. En México, 99% de las empresas son pequeñas y medianas y proporcionan más de la mitad del empleo a toda la nación. El desarrollo económico, social y tecnológico del país dependen en gran medida del progreso que en materia empresarial tengan estas empresas en su proceso de creación y desarrollo, de ahí que las nuevas empresas de este tipo son de vital importancia, si es que se quiere un desarrollo constante y global en el país.

Las empresas tienen dos alternativas en cuanto a su administración. Por una parte pueden administrarse de manera no tradicional y tradicional. Éstas a su vez pueden estar bien operadas o mal operadas. Buena parte de las empresas en México se organizan de manera tradicional y no están bien manejadas.

Un factor fundamental que debe tomar en cuenta el empresario es saber cómo organizar su empresa. Para ello, debe tener las siguientes características: García de León (1998).

- Que sea versátil.
- Que se ajuste a los cambios del entorno.
- Que permita que cada persona encargada de alguna actividad en la empresa, puede manejar ésta.

- Que se rápido
- Que no cree burocracia
- Que tenga sentido común.

Salvador García de León Campero, investigador del Departamento de Producción Económica de la UAM-Xochimilco, realizó una investigación sobre los microempresas en México. A continuación se citarán las principales conclusiones que permiten caracterizarlos. Los micronegocios están constituidos por unidades económicas que operan bajo formas de organización individual y familiar en los sectores formal e informal de la economía, siendo su tamaño promedio de uno a dos trabajadores (incluyendo al dueño). Se dedican fundamentalmente a la producción de bienes de consumo y a la venta de productos y servicios destinados al mercado de consumidores finales. Llevan a cabo sus actividades en lugares delimitados por construcciones permanentes, como puede ser un local destinado para tales fines o en el domicilio del dueño del negocio; en lugares en donde no se cuenta con instalaciones especiales fijas y permanentes y en el domicilio de los clientes.

Los micronegocios son creados por hombres y mujeres con recursos propios o con préstamos de familiares o de amigos. Al momento de la fundación del negocio, los emprendedores tenían en promedio 35 años, experiencia en otras actividades diferentes a las de la empresa. La principal motivación para la creación de una nueva empresa es la búsqueda de ingresos complementarios o superiores a los obtenidos como asalariados o para autoemplearse por no encontrar trabajo como asalariados.

Si se analiza el nivel de instrucción de los dueños de las microempresas destaca el significativo porcentaje que no rebasó el nivel de primaria, el cual representa la mitad del total:

- 7% sin instrucción
- 43% con un promedio de 4.7 años de escolaridad
- 3% de secundaria concluida
- 6% la preparatoria
- 12% nivel superior.

El promedio de años de estudio es de 8.3, es decir, nivel secundaria. Los empleados de los micronegocios también tienen como promedio de estudios la secundaria. Esto nos demuestra la falta de preparación que lleva, en algunos casos, a la creación de empresas tradicionales mal operadas o que podrían tener mejores resultados con una administración más formal.

Las empresas actuales requieren de personas capacitadas para enfrentar los retos de este nuevo milenio. Para detectar los retos de los emprendedores es indispensable hacer una revisión de los aciertos y errores.

Kiyo Kaijihara, Secretario de la Asociación de Empresarios del Instituto Tecnológico Autónomo de México, detecta una serie de aciertos y errores en los emprendedores mexicanos.

Por supuesto que es una generalización, pues se pueden encontrar, varios tipos de empresas y empresarios.

Entre los aciertos principales se encuentran:

- Tener una visión clara del negocio
- Detección de oportunidades
- Autodeterminación
- Administración del riesgo
- Confianza en sus capacidades
- Orientación al logro y ser tolerantes y flexibles

Por otra parte, los errores que ha identificado son:

- Falta de planeación
- Falta de conocimientos administrativos
- El emprendedor se considera “todólogo”,
- Mal concepto del financiamiento
- Casarse con una idea
- Costos personales
- No existe una idea integral de la empresa.

Estos errores pueden ser corregidos a partir de la profesionalización del emprendimiento.

En el ambiente actual, los retos principales del emprendedor son:

1. Conocer cómo se maneja una empresa
2. Medir la capacidad de respuesta del empresario ante los posibles problemas.

También se identifica siete retos:

1. Estar dispuesto a recibir consejo de los demás. El emprendedor debe aprender a recibir consejos de otros - dejar de considerarse un “todólogo” - y contemplarlos en su toma de decisiones.
2. Hacer un plan de negocios por cada idea que se le ocurra. Ésta es la mejor herramienta que puede tener para identificar el potencial del negocio. El plan de negocios ayuda a evitar desilusiones en empresas sin factibilidad de cualquier tipo.
3. Buscar capacitación para sí mismo y para sus empleados. Por el mundo cambiante en que vivimos actualmente es indispensable la capacitación continua.
4. Lograr la vinculación en todos los campos (académico, tecnológico, operativo y administrativo). Cuando un emprendedor tenga una buena idea y carezca del conocimiento puede solucionar este problema a través de la vinculación.
5. Evitar el conformismo. No tener miedo a crecer, sino atreverse a lograr más del éxito obtenido.
6. No ir a contracorriente quiere decir que la visión del emprendedor debe abarcar las tendencias macroeconómicas para poder insertarse en ellas.
7. El papel del emprendedor como factor de cambio social debe ser comprendido.

2.4.5 Tendencias en la Educación Superior

A través de la historia, la sociedad ha marcado ciertos estándares de actuación. Uno de ellos es que los estudiantes de escuelas técnicas tienen que ser técnicos y no dedicarse a la creación de empresas. Debido a la manera en que nos han educado es que estamos acostumbrados a adaptarnos al mundo que se nos presenta; nunca se nos enseñó que podíamos tratar de transformarlo o cambiarlo.

Hay personas que son excepción a la regla, que rompen con el rechazo o lo esperado por la sociedad. Estas personas son “una especie que parece extinguirse” pues el grupo de las personas estándar han tenido la tendencia de aumentar a través del tiempo.

La educación superior no debe estar restringida únicamente a la formación de empleados, sino que su función debe ampliarse cada vez más a la formación de profesionales emprendedores que inicien y desarrollen sus propias empresas.

Una educación adecuada es una nueva forma de seguridad; sin embargo, las escuelas todavía no han aceptado el hecho de que en la “sociedad instruida” la mayoría de las personas se ganan la vida como empleados. Los egresados de las universidades “trabajan en una organización en la cual tienen que ser eficientes, pero esto es justamente todo lo contrario de lo que da por sentado nuestro sistema educativo”.

Actualmente, se requiere cada vez más un título universitario y, a pesar de esto, muchas escuelas de educación superior no se han dado cuenta – o han querido ignorarlo– que es necesario dotar a los estudiantes de las habilidades elementales que lo harán miembro eficiente de una organización y / o un creador de empresas. Algunas habilidades, como ya hemos mencionado, son la habilidad para presentar ideas oralmente y por escrito; habilidad para trabajar con los demás; habilidad para dar forma y dirigir su propio trabajo, entre otras.

En los últimos años, en todo el mundo se ha dado un debate sobre el futuro de la educación. Uno de los temas tratados es el carácter de los sistemas educativos y la necesidad de revisarlos y transformarlos para enfrentar las demandas relacionadas a un mundo globalizado en el que se encuentran inserta las sociedades actuales. Se ha

reconocido la importancia estratégica de la educación como medio fundamental para generar el desarrollo sostenible de las naciones.

En la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior convocada por la UNESCO (en París del 5-9 de octubre de 1998), determinaron:

En el plano institucional, el desarrollo de capacidades e iniciativas empresariales debe convertirse en la preocupación principal de la educación superior, para facilitar la posibilidad de emplear a los graduados, llamados cada vez a convertirse no sólo en personas que buscan trabajo sino en creadores de empleo.

La educación superior enfrenta el desafío de fortalecer sus objetivos fundamentales y de encontrar un equilibrio entre la tarea que implica la inserción en la comunidad internacional y la atención a las circunstancias propias; entre la búsqueda del conocimiento por sí mismo y la atención a necesidades sociales; entre fomentar capacidades genéricas o desarrollar conocimientos específicos; entre responder a demandas del empleador o adelantarse y descubrir anticipadamente el mundo futuro del trabajo que probablemente se sustentará más en el autoempleo.

De acuerdo con las tendencias del empleo, para el año 2020 el 90% de la mano de obra estará ocupada en la micro, pequeña y mediana empresa, tanto en el sector industrial como en el de servicios. Los escenarios económicos más factibles a futuro indican que los mercados de trabajo tendrán un comportamiento distinto al actual. Se van requerir profesionales o técnicos que estén capacitados para la movilidad en el trabajo, es decir, no habrá puestos fijos. Esto nos lleva a que las instituciones educativas deberán formar técnicos y profesionales con una fuerte orientación para el autoempleo y la creación de microempresas ANUIES (2011).

En las próximas décadas se requerirán trabajadores calificados, pues las unidades de producción de bienes y servicios serán más automatizadas y se dará el desplazamiento paulatino de la mano de obra no calificada. Para enfrentar el problema del desempleo, las Instituciones de Educación Superior, junto a otras instituciones de capacitación laboral, ocuparán un lugar estratégico.

Algunas de las posibles características del empleo y del trabajo serán las siguientes:

- Contracción del empleo en el sector público y crecimiento relativo en el sector privado. De hecho esto ya se ha presentado en los últimos años.
- Disminución de las oportunidades de empleo en grandes empresas. Esto provoca aumento de oportunidades en el empleo no estructurado y de la economía informal.
- Ritmo creciente de cambio en la estructura de puestos y la exigencia de una mayor cualificación en casi cualquier ocupación.
- Pérdida de estabilidad y seguridad en el trabajo y creciente "informalización" en las relaciones entre empleador y empleado.
- Tendencia a la racionalización y disminución de los puestos que requieren bajos niveles de educación.
- Demanda creciente de conocimientos de informática, idiomas extranjeros y capacidad para el manejo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- Aumento en las funciones laborales que exigen altos niveles de conocimiento en diversas esferas.

Es necesario estar preparados para enfrentar estos desafíos tanto las escuelas de educación superior como los individuos. Resulta indispensable realizar un cambio que permita la capacitación para administrar las micro y pequeñas empresas. La mayoría de las escuelas de educación superior capacitan para administrar grandes empresas. Las prácticas, las cátedras, los libros de texto y los demás medios utilizados en la enseñanza están encaminados hacia las grandes empresas.

Los seres humanos somos el más importante recurso natural con que cuenta este planeta; tenemos una serie de características que nos hacen únicos y diferentes a cualquier otra cosa que exista. Contamos con fuerza física, inteligencia, creatividad,

valores, sentimientos, etc. Cuando complementemos todas estas cualidades con un adecuado y constante sistema de educación, tendremos como resultado una sociedad capaz de aprovechar su espíritu emprendedor al máximo en su propio beneficio.

2.4.6 Competencias emprendedoras, papel clave de la educación

Según el diccionario de la Real Academia Española el concepto **competencia** posee un doble significado. En primer lugar, **competencia**, del latín *competentia*, que significa *competir*. En este sentido, nos encontramos con las siguientes acepciones: “disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo”; **competencia** como “oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa”; la tercera acepción se refiere a la “situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio”; también como “persona o grupo rival”;

Como podemos comprobar, el término **competencia** posee múltiples acepciones que denotan acciones y aspectos diferentes; desde una disputa, rivalidad, incumbencia o la aptitud y/o capacidad de un sujeto para hacer algo, entre otras.

De todo lo anterior deducimos que nos encontramos ante un término difícil de acotar, ya que entre otras cuestiones, su origen etimológico difiere en significados y acepciones diferentes; dando lugar a múltiples interpretaciones, matices e, inclusive, malentendidos.

Conviene aclarar la diferencia existente entre conceptos que, aunque guardan relación entre sí, se refieren a realidades diferentes, por lo que es preciso establecer la distinción pertinente entre ellos para no confundirlos o cometer el error de utilizarlos como sinónimos cuando no lo son.

Rychen y Salganik (2006), ponen de manifiesto la falta de rigor y consistencia en el uso de términos relacionados con la **competencia**, resaltando la existencia de una tendencia a utilizar términos tales como **habilidad**, **cualificación**, **competencia** y **alfabetismo**, ya sea de un modo impreciso o indiscriminadamente, para describir aquello que los individuos deben aprender, saber o ser capaces de llevar a cabo con éxito en la escuela,

en el lugar de trabajo o en la vida social. Por lo que se presta una atención mínima o ninguna a definir las diversas nociones o a distinguir entre ellas.

Conscientes de la importancia de establecer las diferenciaciones semánticas y conceptuales oportunas entre términos, que aún guardando relación entre sí no podemos confundir y utilizar indistintamente como sinónimos; Se procede a su aclaración con la finalidad de generar unos fundamentos sólidos a nivel teórico y conceptual, que nos permitan definir sin ambigüedades el concepto de competencias

Para lo cual, distinguiremos entre: *aptitudes*, *rasgos de personalidad* y *competencias*.

Una diferencia evidente entre “*aptitudes*” y “*rasgos de personalidad*” es señalada por Claude Lévy-Leboyer (2003) al considerar que estos dos términos “permiten caracterizar a los individuos y explicar la variación de sus comportamientos en la ejecución de tareas específicas”; mientras que las “*competencias*” hacen referencia a algo más amplio y complejo que “afectan a la puesta en práctica integrada de aptitudes, rasgos de personalidad y también conocimientos adquiridos para cumplir bien una misión compleja en el marco de la empresa”.

Así pues, hay una relación entre *competencias*, *aptitudes* y *rasgos de personalidad*, pero con un importante matiz, y es que las competencias son algo más que características individuales ya que también hacen alusión, entre otros aspectos, a los conocimientos adquiridos por los sujetos por medio de la experiencia.

Asimismo, las *competencias* además de necesitar de la experiencia, están vinculadas a una tarea o a una actividad determinada, es decir, que requieren de la práctica y del trabajo real para ser desarrolladas. En esta línea, Lévy-Leboyer (2003) afirma que “las aptitudes y los rasgos de personalidad se definen como diferencias entre los individuos (características individuales), mientras que las competencias están estrechamente ligadas a las actividades profesionales y, más concretamente, a las misiones que forman parte de un puesto”.

Por lo tanto, el concepto de *competencias* está asociado “al análisis de las actividades profesionales y al inventario de lo que es necesario para cumplir perfectamente las misiones que aquellas implican” (Lévy-Léboyer, 2003). Según esta autora, las

competencias se adquieren con la práctica real en el puesto de trabajo, a través de la experiencia; de ahí que estén ligadas a la actividad profesional. En esta misma línea, Woodruffe (1993) mantiene que para poder hablar de *competencias* hay que hacer referencia a una misión determinada, o lo que es lo mismo, que para ser considerado competente es preciso ejecutar perfectamente las misiones requeridas por la actividad profesional.

La siguiente figura ilustra de forma gráfica las diferencias, pero también la relación existente, entre estos conceptos:

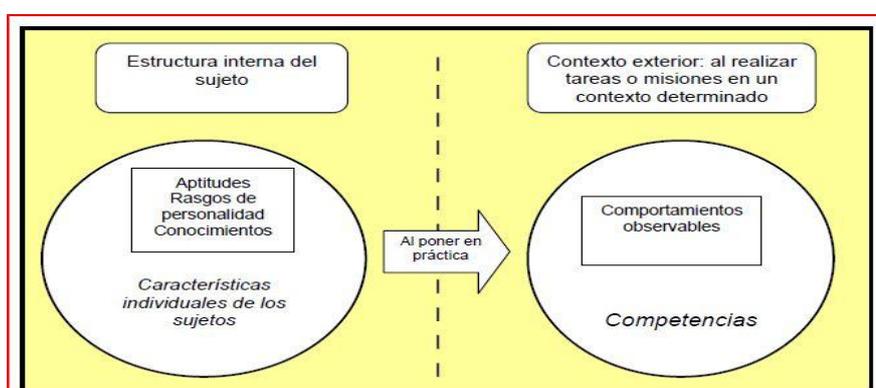


Figura 3.- Diferencias y relación entre los conceptos: “aptitudes”, “rasgos de personalidad” y “competencias”.

De lo anterior extraemos una idea clave: y es que las *competencias no son algo innato*, sino que se pueden adquirir por medio de la experiencia y la praxis real en un puesto de trabajo. Por lo tanto, podemos decir que *son educables*, que se pueden enseñar y, por ende, aprender y desarrollar.

Como mantienen Bolívar y Pereyra (2006), “las competencias, deberían orientarse a dar capacidad y poder a los actores para vivir lo mejor posible, defender sus derechos y autonomía, respetando a los demás.” Así pues, la posición adoptada ante las competencias se centra, por un lado, en desarrollar aquellas que promueven la cultura emprendedora y, por otro lado, desde una perspectiva más amplia, en promover las competencias necesarias para la vida en sociedad.

Son numerosas las aportaciones que, desde múltiples enfoques y perspectivas, así como desde ámbitos disciplinares diferentes (economía, psicología, sociología, educación),

han llevado a cabo numerosos autores. Sin embargo se exponn las principales definiciones que sobre competencias han realizado una serie de autores y que ordenamos cronológicamente:

- “Competencia es aquello que realmente causa un rendimiento superior en el trabajo” (McClelland, 1973)
- “Una característica subyacente en una persona, que está causalmente relacionada con un desempeño bueno o excelente en un puesto de trabajo concreto y en una organización concreta” (Boyatzis, 1982)
- “Conjunto de habilidades y destrezas necesarias para el desempeño de una tarea o conjunto de ellas, que incluyen factores individuales como habilidades de razonamiento, verbales, numéricas, espaciales y características de personalidad” (Cummings y Schwad, 1985)
- “La capacidad de usar el conocimiento y las destrezas relacionadas con productos y procesos y, por consiguiente, de actuar eficazmente para alcanzar un objetivo” (Parkes, 1994)
- “Una característica subyacente de un individuo que está casualmente relacionada con el rendimiento efectivo o superior en una situación o trabajo definido en términos de criterios” (Spencer y Spencer, 1993)
- “Conjuntos de patrones de conducta, que la persona debe llevar a cabo para rendir eficientemente en sus tareas y funciones”; además, son planteadas como “una dimensión de conductas abiertas y manifiestas, que le permiten a una persona rendir eficientemente” (Woodruffe, 1993)
- “Posee competencia profesional quien dispone de los conocimientos, destrezas y aptitudes necesarios para ejercer una profesión, puede resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible, y está capacitado para colaborar en su entorno profesional y en la organización del trabajo” (Bunk, 1994)

- “Una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto, que puede definirse como característica de su comportamiento, y, bajo la cual, el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y fiable” (Ansorena Cao, 1996)
- “Conjuntos de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas que posee una persona, que le permiten la realización exitosa de una actividad” (Feliú y Rodríguez, 1996)
- “La competencia, inseparable de los razonamientos, está constituida por los conocimientos (declarativos, de procedimientos, etc.), las habilidades (menos formalizadas, a veces, llevadas a rutinas), los metaconocimientos (conocimientos de sus propios conocimientos, que sólo se adquieren por medio de la experiencia)” (Montmollin, 1996)
- “Las competencias son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada. Estos comportamientos son observables en la realidad cotidiana del trabajo e, igualmente, en situaciones test. Ponen en práctica, de forma integrada, aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos adquiridos.”(Lévy-Leboyer, 2003)
- “La acción competente es una *invención bien temperada*, una variación sobre temas parcialmente conocidos, una manera de reinvertir lo ya vivido, ya visto, ya comprendido o manejado para enfrentar situaciones lo suficientemente inéditas para que la sola y simple repetición sea inadecuada, lo suficientemente familiares para que el individuo no se sienta totalmente desprotegido.”(Perrenoud, 2003).
- “un enfoque orientado a la demanda o funcional”, esto es, que pone el acento en los resultados que un individuo obtiene tras realizar una acción, como una forma de comportarse ante las “demandas” o exigencias que se le plantean en la vida; ya sean en el plano profesional-laboral, a nivel social o a nivel de proyectos personales determinados. Así pues, “una competencia se define como la

habilidad para satisfacer con éxito exigencias complejas en un contexto determinado, mediante la movilización de prerrequisitos psicosociales que incluyen aspectos tanto cognitivos como no cognitivos” (Rychen y Salganik,2006)

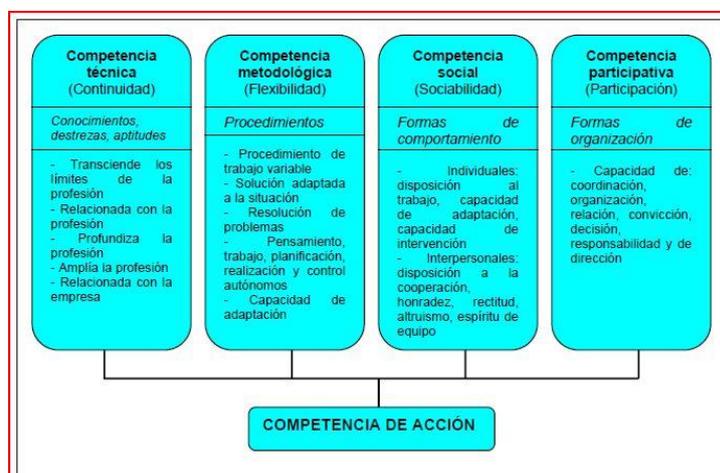
La figura siguiente ilustra claramente los diferentes componentes (relacionados entre sí) que están presentes en este concepto de competencias:



Figura 4. La demanda define la estructura interna de una competencia. Fuente: Rychen y Salganik (2006)

Se puede observar en la figura anterior que no son tanto los componentes o atributos (que van desde capacidades intelectuales, conocimientos y componentes sociales) que componen la estructura interna de la competencia, sino el hecho de que ser competente o poseer una competencia requiere movilizar o poner en práctica esos atributos; con poseerlos no es suficiente, lo importante es ponerlos en práctica, es decir, llevar a cabo comportamientos observables para satisfacer la demanda o alcanzar el objetivo marcado.

En esta línea, Bunk (1994) señala cuatro competencias parciales se integran dando lugar a lo que él denomina “competencia de acción”:



Las diferentes tipologías de las competencias expuestas más arriba están *referidas al desempeño eficiente dentro de una organización o profesión*, que por otra parte, es normal ya que se acercan al estudio de las competencias, o mejor dicho a las *competencias profesionales*, desde la perspectiva empresarial vinculada a la gestión de los recursos humanos nuestro interés por fomentar la cultura emprendedora a través de la educación no busca exclusivamente contribuir al crecimiento económico, sino también promover el desarrollo social y medioambiental de las regiones.

Esto quiere decir, que a la hora de desarrollar las competencias no nos quedaremos solamente en aquellas que provocan el desempeño excelente de los emprendedores dentro de una organización empresarial; sino que también, y sobre todo, centraremos la atención en las competencias que permitan a los sujetos formar parte activa dentro de una sociedad democrática y plural, ejercer y garantizar sus derechos, en definitiva, lo que a partir de este momento denominaremos *competencias para la vida* en sociedad.

Las competencias deben contribuir a que los ciudadanos lleven “una vida de éxito” y al “buen funcionamiento de la sociedad” y la educación juega aquí un importante papel para el desarrollo de unas competencias que promuevan la cultura emprendedora, desde una perspectiva que trasciende el mundo empresarial y el mercado de trabajo como tal.

Las *competencias emprendedoras* (COEM) desde un enfoque integral e integrador, pues no conciben el crecimiento económico sin el desarrollo, el progreso y la cohesión social. Las COEM deben preparar a los sujetos para consolidar, y plasmar, ideas innovadoras en el mundo laboral por medio de la creación de pequeñas y medianas empresas (PYME); pero al mismo tiempo, prepararlos para la vida en sociedad en sentido amplio.

Antonio de Pro (2007) sostiene que es importante dar un salto cualitativo de una enseñanza memorística centrada en los contenidos a una enseñanza basada en las competencias que “permitan (a cualquier ciudadano que pase por el sistema educativo) ejercer derechos y obligaciones con información, libertad, responsabilidad y solidaridad”.

Así también destaca la importancia de algunas competencias como la creatividad, el liderazgo, la resolución de problemas, el razonamiento o la capacidad de aprender (que

están directamente relacionadas con la cultura emprendedora); que es vital un cambio hacia un modelo educativo basado en competencias, entre otras razones, “*Si queremos que lo que enseñamos tenga una utilidad más allá del curso académico en el que estemos, debemos facilitar estrategias para que los estudiantes sean capaces de actualizar sus aprendizajes, para que sean capaces de seguir aprendiendo y sobre todo, para que estén motivados para ello*”.

Como se observa en la siguiente figura, la *educación* es fundamental para la adquisición de *competencias*, y éstas a su vez necesarias para el *fomento de la cultura emprendedora*, al tiempo que constituye uno de los pilares elementales para el *desarrollo social y económico* de nuestras sociedades.

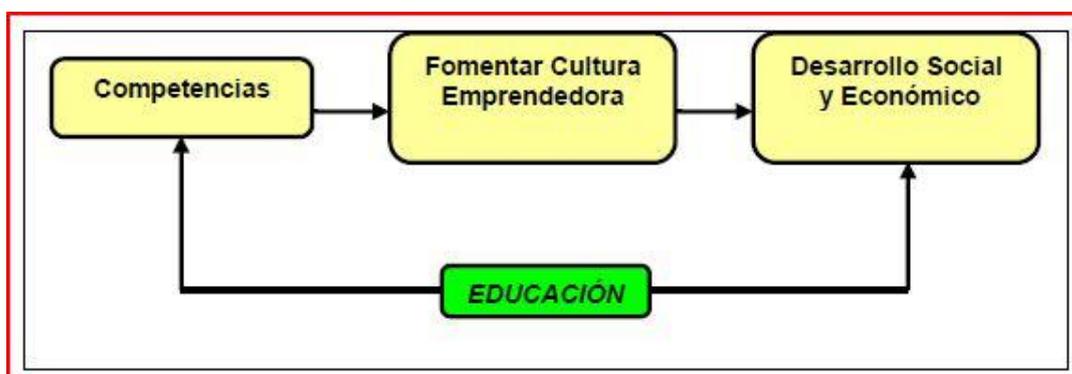


Figura 5.- El papel clave de la “educación” para formar “competencias” orientadas al fomento de la “cultura emprendedora” como base para el “desarrollo económico y social”.

Desde esta perspectiva, la *educación* se orienta al desarrollo de la persona desde el punto de vista integral. Su objeto sería lograr la autonomía del sujeto atendiendo a su dimensión personal, social y económica. Por ello, la “enseñanza” de las competencias no se puede restringir solo a lo laboral, o a lo estrictamente “escolar”, sino que debe contemplar la integralidad de la persona y tener en cuenta su continua interrelación con cada una de las esferas de la vida en sociedad. Se presentan así las competencias empresariales (COEM) como eje central de un proyecto social integrado, que aglutina “competencias profesionales” y “competencias clave”, que persigue la autorrealización en el plano laboral-profesional, social y personal sobre la base de la cultura emprendedora.

Este acercamiento a las *competencias* se ha realizado, fundamentalmente desde la perspectiva “economicista” que las vio nacer, asociado al ámbito de la *gestión de los recursos humanos por competencias*.

Sin embargo y con la finalidad de superar este planteamiento economicista entre formación y competencias, ligado tradicionalmente a la gestión de recursos humanos dentro del ámbito empresarial, donde la educación se subordina a las leyes del mercado buscando exclusivamente potenciar la máxima eficiencia y productividad de los trabajadores a través de las competencias; se propone un modelo que pretende conjugar dos aspectos fundamentales: *el desarrollo social y el crecimiento económico*. El compromiso *ético* debe estar presente y guiar los comportamientos de todo trabajador o trabajadora que decida montar un negocio o empresa propia.

Desde esta perspectiva, las *competencias emprendedoras* no sólo deben ayudar a los sujetos a desarrollar con éxito una iniciativa empresarial, sino también a cultivar valores y prácticas sociales asentadas en principios democráticos. En este sentido, Pablo Galindo (2006) considera que “la adopción de rasgos éticos obliga a adoptar comportamientos emprendedores que beneficiarán a los individuos u organizaciones que los presentan”.

Podemos decir, por tanto, que las *competencias emprendedoras* conjugan valores sociales con valores económicos, con la finalidad de alcanzar mayor bienestar. A este respecto, Galindo (2006) vuelve a señalar que: “Desde la perspectiva de la *Cultura Ético-Emprendedora* no podemos contemplar de forma separada los valores emprendedores y los valores éticos. Consideramos que son los valores y creencias de carácter emprendedor, los que infunden el carácter proactivo, práctico e incluso arriesgado que requiere cualquier filosofía ética para ir más allá de la contemplación, el acto de fe o las buenas intenciones. Hablamos de un sistema interdependiente que conjuga e integra valores éticos y emprendedores, en los que cada valor adquiere un influjo singular, que se suma al influjo genérico que el sistema ejerce como tal”

Así pues, con el desarrollo de las competencias emprendedoras queremos atender No sólo al *crecimiento económico*, que por otro lado está justificado siempre y cuando sea un crecimiento sostenible, justo y respetuoso con los seres humanos y la naturaleza;

sino también incidir y fomentar el *desarrollo personal y social*. La formación de los trabajadores para el desarrollo de sus competencias no se puede, ni debe, subordinar a la mejora de la economía como si esta fuera el objetivo prioritario de la educación de todos los ciudadanos. El fomento de las competencias emprendedoras por medio de la educación debe ayudar, por un lado, a potenciar la creatividad y la iniciativa para generar una cultura emprendedora, y por otro lado, desarrollar las capacidades y potencialidades humanas necesarias para una convivencia democrática.

Por todo ello, llegamos a la conclusión de que las COEM (competencias emprendedoras) hacen referencia a características individuales (aptitudes y rasgos de personalidad) que puestas en práctica facilitan la adquisición de conocimientos, por medio de la educación y de experiencias reales significativas, dando lugar a comportamientos observables que permiten resolver con éxito las diferentes problemáticas, tanto laborales, sociales y medioambientales, que presenta la vida en sociedad desde principios y postulados éticos y democráticos.

Capítulo 3: Contextualización del objeto de estudio.

3.1 Cultura Emprendedora en México

Actualmente debido al desequilibrio que existe en el mercado laboral en nuestro país, el gobierno como las instituciones de educación superior y los organismos empresariales, han tratado de promover e inculcar en los jóvenes profesionistas la actitud y cultura del emprendimiento, es decir, el que iniciemos nuestras propias empresas, apostándole al autoempleo como fuente de ingresos, buscando que tal estrategia actué como detonador de la economía local, dinamizando el empleo y creando oportunidades para nuevas empresas y nuevos emprendedores.

En México es necesario contribuir a que se desarrolle una cultura emprendedora, ya que el sistema educativo en lo general trabaja para insertar a la población en una empresa, pero no se le educa a generar su propia empresa.¹

Actualmente la Secretaría de Economía a través del Programa Nacional de Emprendedores promueve el espíritu emprendedor, fomenta la cultura empresarial y la generación de nuevos empleos mediante un taller llamado “Yo Emprendo”, sin embargo, estas herramientas surgen en medio de un entorno en donde no hay una cultura real emprendedora, María del Carmen Reyes García, consultora empresarial, señaló que: *“La mayoría de los sistemas formativos nos educan para insertarnos en una empresa, industria, comercio o servicio; sin embargo, no solo es trabajar para una empresa, sino generar unidades de negocios o propuestas en la que se va a participar”*

La idea es potencializar a la gente que ya tiene una idea de negocio, que incluso está en la informalidad, y que puede hacer que ese pequeño negocio crezca.

Se puede decir entonces que en México existe un gran Espíritu e ímpetu emprendedor, y cada vez existen más apoyos gubernamentales y por parte de las instituciones financieras para apoyar a los pequeños negociantes emergentes. Y esto, pues es un paso adelante en el desarrollo del país. Así también en nuestro país existen muchas empresas

¹ <http://www.emprendedoresnews.com/variados/internacionales/>. Consulta: 01 de abril del 2011.

nacionales y extranjeras que le dan trabajo a miles de gentes, en diversas categorías, desde los obreros hasta los administradores. Sin embargo no es suficiente, y cada año, aunque se diga lo contrario, se van perdiendo empleos.

Las empresas nacionales tienen la desleal competencia internacional, ya que en otros países la mano de obra es más barata, y los productos mexicanos pueden ser sustituidos por otras importaciones. Esto aunado a todos los impuestos que se tienen que pagar, los altos costos de operación y la siempre pirata mercancía que entra de contrabando, hacen a veces imposible una competencia equilibrada, y muchas empresas quiebran.

Las empresas internacionales han ido emigrando a los países orientales, donde la mano de obra es mucho más barata. Muchas personas se han quedado sin empleo por los motivos antes mencionados. Aunado a que los empleos no son bien remunerados, la falta de oportunidades, y otros motivos como el deseo de superación han obligado a muchas personas a buscar o crear sus propias oportunidades de crecimiento, y lo logran formando su propio negocio.

Sin embargo, a pesar de todos los apoyos que existen hoy en día muchos negocios debutantes se van rápidamente a la quiebra o salen del negocio simplemente por falta de conocimientos básicos.

Comenzando con que muchas personas ni siquiera tienen la oportunidad de ir a la escuela, y las que tienen oportunidad, el principal problema es que los enseñan a ser trabajadores y no inculcan un espíritu emprendedor.

La mayoría de los estudiantes que realizan servicios sociales o prácticas profesionales regularmente lo hacen en puestos que no tienen nada que ver con lo que estudiaron. La mayor parte del tiempo los instruyen en cómo ser los trabajadores del futuro, sin embargo, el verdadero desarrollo se encuentra en la creación de empleos, y ninguna escuela te prepara justamente para ser empresario.

Es cierto que depende mucho de la capacidad y las cualidades de cada persona, sin embargo, las escuelas y el gobierno deberían apoyar más el desarrollo de una cultura emprendedora.

En la población no existe un interés por una cultura emprendedora, una cultura que guíe a las personas a la creación de negocios exitosos y no a crear negocios de dos o tres meses que desaparecen rápidamente. Y aunque los gobiernos se han preocupado últimamente por la creación de nuevos negocios, no han hecho énfasis en fomentar el interés por las consultas que los emprendedores pueden hacer y tomar para llegar al éxito.

Por lo anterior se deduce que, cualquiera levanta un negocio de la noche a la mañana con 50.000, 100.000 o un millón de pesos, pero no cualquiera puede hacer que se recupere la inversión. El gobierno actual se ha preocupado por apoyar económicamente a los emprendedores, pero de nada sirve si no se les da apoyo intelectual, fomentar el interés por los conocimientos básicos que se deben tener a la hora de entrar en el mundo de los negocios y las empresas. Es por eso que sí existe un espíritu emprendedor en México, pero no se ha desarrollado todavía una cultura emprendedora, al menos no en todo su potencial.

3.2 Universidades emprendedoras: Programas emprendedores

Las universidades son emprendedoras cuando no tienen miedo a maximizar su potencial para la comercialización de sus ideas y crear valores en la sociedad. Sin embargo, para que una universidad llegue a ser emprendedora debe cumplir tres puntos fundamentales: (Clark, 2004)

- 1) Debe incluir y formar profesores y académicos en la creación de empresas; contar con apoyos que faciliten la creación de empresas (por ejemplo: con incubadora de negocios, programas de formación, currículos adecuados, etc.); y trabajar de manera conjunta con el gobierno y el sector empresarial, haciendo uso efectivo de los servicios que cada una de estas tres instituciones ofrece.
- 2) Debe contemplar, para su funcionamiento, el establecimiento de un modelo de formación para la creación de empresas al cual ajustarse.
- 3) Debe analizar el desempeño de la universidad como generadora de profesionales dedicados a la investigación y a la creación de empresas.

4) Finalmente, sostiene que una universidad emprendedora debe lograr las siguientes metas:

- Convertir a un graduado universitario no sólo en un buscador de empleo, sino también, en un creador de empleos.
- Lograr un trabajo en equipo multidisciplinario, de estudiantes y profesores, con el fin de cubrir las complejas demandas de los negocios a través del enriquecimiento compartido de conocimientos o transferencia del conocimiento.
- Lograr que la investigación universitaria sea fuente de innovación y desarrollo, de ideas de negocio para nuevas empresas.

Además de las características anteriores, el proceso de formación en creación de empresas debe establecer una conexión entre la universidad y la práctica empresarial. En este sentido, el modelo del ciclo de aprendizaje que proponen Jones-Evans et al. (2000) muestra que el alumno observará y reaccionará ante la teoría aprendida y que, de forma activa, podrá conceptualizar y experimentar, en la práctica, la apertura de nuevas empresas. Por lo tanto, es necesario distinguir la formación y la práctica empresarial, dentro del proceso de formación para la creación de empresa.

La formación se refiere a la educación formal del alumno, la cual considera factores del conocimiento a través de las cátedras impartidas por la universidad y lecturas guiadas. La práctica empresarial se refiere al entrenamiento que recibe el alumno dentro y fuera del aula de clase; éstas prácticas se relacionan con el desarrollo de habilidades emprendedoras, que se fomentan con las prácticas profesionales, la demostración y la retroalimentación sobre las acciones realizadas (Hynes 1996).

Para diseñar un programa adecuado, que considere el proceso de enseñanza-aprendizaje de Jones-Evans, et al. (2000), el primer paso en el proceso de la formación empresarial es conocer tanto el perfil y las expectativas del futuro empresario, como las necesidades y problemas del entorno.

Posteriormente, se podrá optar por un modelo que se ajuste a las necesidades de la universidad y de sus estudiantes. Un programa de formación para la creación de empresas debe orientar sus esfuerzos a las siguientes áreas:

- Reconocimiento de oportunidades,
- Preparación de planes de negocios
- Obtención de información
- Administración de empresas crecientes
- Desarrollo de habilidades de comunicación
- Reconocimiento de las habilidades del emprendedor.

Asimismo, algunos estudios proponen diseñar programas que alienten la innovación para mantener el interés de los estudiantes, además de la comercialización de nuevos productos y servicios desde la universidad.

Estos programas son ofrecidos por las escuelas de negocios como medidas de apoyo a los alumnos que tienen la intención de iniciar un negocio propio. De acuerdo con la Comisión Europea (2008), el objetivo de implementar estos programas puede deberse a las siguientes razones:

- Desarrollar el espíritu emprendedor entre los estudiantes mediante la concienciación y motivación.
- Acrecentar la capacidad emprendedora para identificar oportunidades.
- Capacitar a los estudiantes con las habilidades que necesitan para iniciar un negocio y para que éstos, a su vez, crezcan.

Sin embargo, para que estos objetivos se puedan alcanzar, es importante conocer los aspectos a tener en cuenta al diseñar un programa de fomento para la creación de empresas. En este sentido, es necesario detenernos a analizar dichos programas, detectar sus características e identificar los elementos idóneos para su contenido.

La incubadora de negocios universitaria University Business Incubators (UBIs) es considerada como una plataforma para impulsar la creación de empresas (Stevenson

1996), minimizar los obstáculos para su fundación, incentivar e incrementar el interés de los estudiantes hacia las actividades emprendedoras y brindar a los emprendedores los recursos necesarios para iniciar una empresa.

No existe un “concepto de incubadora de negocios universitaria”, sin embargo, se identifican como organizaciones que ayudan a empresas emergentes, proporcionándoles servicios de apoyo para la creación de una empresa y en el desarrollo de sus negocios.

Entre los objetivos de las UBIs, se identifican los siguientes:

- Promover o incrementar el desarrollo regional.
- Contribuir al cambio estructural de las economías locales o regionales.
- Incrementar la tasa de creación de nuevas empresas con mayor potencial de innovación.
- Promover la transferencia de tecnología.
- Establecer redes de colaboración empresarial.
- Construir metas de mercado de trabajo, generando nuevos empleos

Por su parte, Mian (1996) clasifica los servicios de las incubadoras universitarias en dos categorías:

- a) Los servicios típicos que ofrecen las UBIs, que incluyen asesoría, acceso a capital, instalaciones para oficinas, red de negocios y formación desde sus instalaciones.
- b) Otros servicios que incluyen son: consultores de la facultad, servicio de biblioteca, programas de innovación y desarrollo, programas de transferencia de tecnología, comercialización de proyectos a empresas desde la universidad y empleos para los estudiantes.

Estos servicios pueden otorgarse si el espacio es suficiente para los futuros empresarios; de lo contrario, algunas de las UBIs poseen un comité de selección o admisión que revisa los proyectos de los emprendedores, para aceptar únicamente los proyectos viables o las firmas que se identifiquen con mayor potencial de crecimiento, o algún

otro criterio relevante de éxito potencial, como el grado de innovación del producto o servicio (Etzkowitz, 2002).

Las UBIs han tenido un desarrollo prolífero dentro de las universidades debido a que proporcionan una mayor preparación y conocimientos para los estudiantes. Esto propicia la creación de empresas en diversos sectores industriales, especialmente en aquéllos que están asociados con ciencia y tecnología, en sectores de telecomunicaciones, circuitos integrados, maquinaria de precisión, electrónica, biotecnología y farmacéutica, química, software, así como en empresas que hacen énfasis, especialmente, en el cuidado del entorno, participando en proyectos de desarrollo sostenible con iniciativas de reciclaje y protección ecológica. (Lounsbury, 1998)

Estas iniciativas de negocio no son exclusivas de los estudiantes del área de empresa, administración de negocios o economía de la empresa. También las áreas de ingeniería, ciencias y medicina han aportado al desarrollo de la UBIs universitarias.

Los servicios básicos que ofrece un modelo genérico de UBIs consta de un proceso de selección que estimula el mejoramiento de los negocios nacientes, un espacio subsidiado y aprendizaje grupal para compartir experiencias (Jones-Evans et al., 2000). Además, ofrece servicios compartidos y permite actividades de asesoría de mercado, técnica y legal, a través de inducciones impartidas por expertos en negocios y desarrollo tecnológico. Algunas UBIs incluso cuentan con personal permanente que trabaja de manera intensiva con los empresarios o con las asesorías específicas, que se apoyan en servicios de consultoría para proyectos concretos, trabajo en conexión con redes de socios potenciales e inversores. A estos componentes básicos pueden agregarse mecanismos de financiamiento para buscar fondos para las nuevas empresas. Los modelos de procesos de incubación de empresas se componen de varias etapas; sin embargo, la mayoría posee un proceso de evolución similar: primero, el producto o prototipo se muestra a clientes potenciales, o bien, se realiza la investigación de mercado y el desarrollo del plan de negocios; posteriormente, prosigue la etapa de desarrollo del proyecto de empresa, donde el producto se mueve al punto donde se inician las ventas y el negocio comienza su fase comercial, la relación con los clientes y se establece el equipo humano de trabajo; y, finalmente, se alcanza la madurez donde el

negocio crece a un tamaño viable para establecer una posición en el mercado y terminar el proceso de incubación.

Volviendo a la formación para la creación de empresas desde las universidades mexicanas, existía poca actividad del fomento emprendedor, pero en la actualidad esta situación está cambiando. Hoy en día, las universidades mexicanas buscan fomentar la creación de empresas por medio de una formación adecuada que permita el desarrollo de las habilidades emprendedoras. Algunas razones que impulsan a adquirir una visión más emprendedora y cambiar los programas educativos podrían estar orientadas a la dificultad que se presenta a los recién egresados de las universidades para integrarse en el mercado laboral y encontrar un trabajo de acuerdo a su perfil académico; el problema de desempleo que enfrenta el país, los bajos salarios, la poca actividad emprendedora, la informalidad en los negocios o la tasa de mortandad de los negocios establecidos.

Ante esta situación y por el creciente interés en generar empleos, las universidades mexicanas están adoptando nuevos métodos de fomento para la creación de empresas; por una parte, a través de programas de formación empresarial que se imparten desde las aulas por medio de asignaturas dirigidas a emprendedores y, por otra parte, a través de incubadoras de negocios universitarias.

En este sentido, tanto la comunidad científica como la académica se han interesado en el análisis y profundización del conocimiento de estos dos temas: programas de formación para la creación de empresas desde las universidades.

Desde hace algunos años muchas universidades proporcionaron a sus estudiantes programas emprendedores, como programas opcionales donde los alumnos que querían crear una empresa recibían asesoría de parte de los profesores o de los centros de emprendedores.

Uno de los primeros centros de estudios pioneros en apoyar el espíritu emprendedor en sus estudiantes es el sistema del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

En 1979, el ITESM implementó un Programa emprendedor en coordinación con varios empresarios mexicanos. Para 1982, empieza un programa emprendedor optativo a nivel profesional y bachillerato. En 1990, incluye en sus nuevos currículos un curso sobre desarrollo emprendedor. En la actualidad tienen un centro especializado para ello.

La misión del Programa Emprendedor del ITESM es: “formar estudiantes innovadores y emprendedores a través de un proceso que implica motivar, entrenar y ofrecer los apoyos necesarios que faciliten obtener una experiencia práctica a través de la creación de una empresa, así como promover la cultura emprendedora hacia la comunidad nacional e internacional”.

Por otra parte, la primera Escuela de carácter público pionera en esta materia fue el Instituto Politécnico Nacional (IPN), quien en 1975 estableció el Programa Jóvenes Emprendedores en coordinación con DESEM. Era un programa optativo con duración de 25 semanas. El IPN y DESEM buscaban lograr en los estudiantes las siguientes características: búsqueda de superación, creatividad y disposición para trabajar en equipo, cualidades que hasta la fecha son deseadas en un profesionista.

Actualmente, el Instituto Politécnico Nacional tiene el Programa Institucional de Formación de Emprendedores y Promoción de Empresas Innovadoras (PRIFE PEI-IPN). Han trabajado con este programa durante muchos años y, actualmente, está implementado en todos los campus y carreras. Además, recibe el apoyo de la retícula, cosa que no ocurría antes. Es de destacarse que, actualmente, el IPN cuenta, además del Programa emprendedor, con un Programa Institucional de incubación de empresas de base tecnológica.

En la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el programa fue instalado informalmente desde 1969, como opción de titulación. Los alumnos desarrollaban un proyecto que se llamaba gestión de empresas; posteriormente, el programa abarcó materias de la licenciatura de administración de empresas, con el propósito de ir asesorando a los estudiantes e ir formando aptitudes de emprendedor.

Como Programa Emprendedores la universidad lo retomó en 1985. Para 1993 incorporó más materias y cinco años después reformó el plan de estudios para incluir ocho

asignaturas, algunas obligatorias y otras optativas, pero todas con la finalidad de fomentar el desarrollo de empresarios.

Por otra parte, el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) fundó la Asociación de Empresarios del ITAM, derivada del Programa de Desarrollo Empresarial del Instituto, que se formó un año antes y tuvo por objetivo empapar a los alumnos, a nivel licenciatura, del tema de emprendedores. Se trataba de transmitir que existe una opción para desarrollarse después de concluir la carrera y la alternativa era montar su propia empresa, que no se requiere tener todos los años de experiencia o el capital acumulado para poder iniciar un negocio.

En su inicio el programa era una materia optativa que constaba de dos semestres. El grupo, de alrededor de 20 alumnos, tenía que constituir una organización. Partían desde la generación de lluvia de ideas para evaluar cuál de ellas podían llevar a la práctica.

Los alumnos que conformaban la empresa tenían que repartirse los cargos, dirección, gerencias en todas sus áreas, también realizaban una colocación de acciones que permitían el financiamiento del proyecto.

A lo largo de un año se tenía que generar el mayor número de ventas, hacerla lo más rentable posible pues la finalidad era que al terminar el año se presentara un informe de resultados de las empresas y en ese momento se liquidaban, repartiendo los dividendos, o explicando las pérdidas en algunos casos. Compartiendo experiencias del fracaso o el éxito, algunos alumnos decidían continuar con la compañía.

Y dado que la realidad va cambiando, los programas también. En el ITAM, en 1998, detuvieron la marcha de la asociación para hacer una investigación de mercado y determinar si debería existir una organización de fomento y desarrollo de emprendedores y cómo debería ser, qué características debería tener para realmente lograr el impacto que se estaba buscando.

Los resultados indicaron que la gente busca una organización de esta naturaleza y que el tema central, aparte del conocimiento y la información, es consolidar una red de aprendizaje y relaciones que ataque los principales problemas del empresario

emprendedor, que aún sin haber cursado una carrera universitaria, recurre a las aulas para ampliar su formación.

3.3 La Universidad y el desarrollo emprendedor en el Estado de Chiapas

La institución universitaria pública ejerce un papel central en la satisfacción de las necesidades de nuevas calificaciones, mediante cierta especialización de los recursos humanos; pero también a través del desarrollo de ciertas capacidades basadas en la no especialización y en la polivalencia de esos recursos que los lleve a apropiarse de aquellas capacidades básicas que permiten aprender a emprender iniciativas y acciones en los diversos campos del desarrollo socioeconómico, así como a desplegar procesos de innovación y de fomento del desarrollo sostenible de las regiones y las localidades, con la participación concertada de otros agentes públicos y privados.

En este contexto, el papel de la universidad pública y su capacidad interactiva con otros agentes sociales, anima y promueve el desarrollo de su entorno socioeconómico inmediato, teniendo como referencia la universidad pública mexicana y en particular los estudios de postgrado en el área del desarrollo.

Comprendida así la formación y capacitación de los recursos humanos en el ámbito local, el papel de la Universidad es decisivo. Sus acciones de formación, investigación y de interacción con su entorno (transferencia tecnológica, educación continua, convenios con actores gubernamentales, privados y sociales, etcétera) resultan estratégicas para avanzar en las potencialidades de los demás recursos del espacio local y en la gestión de los recursos humanos que contempla el desarrollo de las capacidades como el factor determinante del desarrollo local.

En México, las universidades están desarrollando programas destinados a impulsar la creación de empresas. Esto puede ser un indicador de que la formación para la creación de empresas se ha convertido en uno de los principales apoyos para el fomento al desarrollo de emprendedores y que es una de las herramientas más importantes que, hoy en día, las universidades mexicanas ofrecen a sus alumnos.

De acuerdo con los datos recogidos, de 50 Universidades analizadas, más de la mitad manejan alguna asignatura destinada a fomentar la creación de empresas. Guía universitaria 2010.

Sin embargo, al revisar el plan de estudios de cada una de las principales universidades mexicanas que cuentan con materias que versan sobre creación de empresas, se ha podido observar que no hay uniformidad en la designación del nombre, es decir, existe una variedad de denominaciones para la asignatura destinada a la formación de emprendedores, los nombres que se han manejado son las siguientes²:

- Administración de Empresas Familiares
- Competitividad y Desarrollo de Emprendedores
- Creación de Empresas
- Cultura Empresarial
- Desarrollo de Habilidades Empresariales
- Desarrollo Emprendedores
- Desarrollo Empresarial
- Emprendedores
- Emprendedores y Sustentabilidad
- Formación de Emprendedores
- Innovación y Talento Emprendedor
- Plan de Negocios
- Programa Emprendedores
- Prospectiva para el Emprendimiento Empresarial
- Proyecto de Emprendedor

En el Estado de Chiapas en el marco de la reunión con integrantes de la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior, el gobernador del Estado de Chiapas Juan Sabines Guerrero informó que en los últimos cuatro años ha incrementado la cobertura de universidades públicas en el Estado, pues se pasó de 12 a 26 municipios con presencia de universidades públicas como: Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH)

² Nota: Tres de las universidades imparten más de una asignatura.

Universidad Politécnica, Intercultural y Tecnológica de la Selva. Lo anterior debido a que en el tema educativo la demanda es muy amplia, la principal petición es la universidad.³

Como parte de la globalización y la necesidad de elevar el bienestar de la comunidad, actualmente, las instituciones educativas de nivel superior de Chiapas están implementando modelos económicos emprendedores, con el objetivo de fomentar el crecimiento y desarrollo económico de la entidad. Entre las creaciones más destacadas en el ámbito emprendedor realizadas en algunas de las universidades públicas de Chiapas podemos mencionar las siguientes:

| | |
|-------|--|
| UNACH | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una incubadora en la UNACH con recursos de Gobierno del Estado. INCUBO (Centro incubador de negocios) en donde se impulsa la cultura emprendedora a través del modelo de asesorías y consultorías. • Proyecto de vinculación del sector universitario al sector de la PyMES aplicando simulador de negocios y elaboración de plan de negocios. Proyecto financiado pro FODIT COCyTECH Gobierno del Estado. • Rediseño de los planes y programas de estudio de las carreras y se establece la unidad académica de formación emprendedora en la Licenciatura de Sistemas Computacionales y de otras carreras. • Impartición del curso taller de simulador de negocios a población universitaria de la UNACH. • Creación del centro integral de negocios para la formación de de capital humano en la Facultad de Contaduría y Administración campus I. • Diplomado de titulación a Universitarios de las carreras de la Facultad de Contaduría y Administración, en que se incluyen dos módulos, el de simulador de negocios y elaboración de plan de negocios. |
|-------|--|

³ <http://www.chiapashoy.com/notashoy/portada/7201.html>. Consulta: 28 de abril del 2011.

| | |
|--|--|
| UNICACH | <ul style="list-style-type: none"> • Centro GENERA (Centro de Innovación y competitividad), anteriormente llamado Centro de Negocios y Desarrollo Social (CENDES). • Designación del “Día del Emprendedor UNICACHENSE”, el cual tiene como objetivo promover la cultura empresarial y generar estrategias de negocios exitosas entre la comunidad emprendedora universitaria. • Talleres “Simulador de Negocios” con la colaboración de la Delegación Estatal de la Secretaría de Economía. |
| ITTG (Instituto Tecnológico Regional de Tuxtla Gutiérrez) | <ul style="list-style-type: none"> • Creación del Centro de Integración y Soporte Empresarial (CISE), en donde todos los estudiantes con proyectos emprendedores se concentran y desarrollan sus proyectos. |

Cabe destacar que las actividades emprendedoras universitarias no representan un punto significativo en la economía de Chiapas, toda vez que se encuentran por debajo del uno por ciento de la cadena productiva de un estimado de 140 mil millones de pesos, de los cuales 100 mil millones provienen de los Gobiernos federal, Estatal y Municipal; y el resto, de los sectores productivos.

Sin embargo, representan una oportunidad estratégica para incentivar el empleo, combatir la informalidad y controlar la presión por las plazas públicas laborales, además contribuyen a cambiar y reorientar la formación educativa y laboral de los estudiantes chiapanecos, con lo se espera que en un futuro logren detonar e impactar en la generación de empleo y en el desarrollo económico de la entidad.

3.4 Cultura emprendedora en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

Uno de los principales objetivos del Gobierno del Estado de Chiapas es ampliar la cobertura educativa en el nivel superior, con una visión clara de querer darle al Estado los profesionales que se necesitan.

La Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas ha diversificado la oferta educativa, ofertando carreras no tradicionales, tales como:

1. Ingeniería Ambiental
2. Licenciatura en Arqueología
3. Licenciatura en Artes Visuales
4. Licenciatura en Biología
5. Licenciatura en Desarrollo Humano
6. Licenciatura en Gestión y Promoción de las Artes
7. Licenciatura en Jazz y Música Popular
8. Ingeniería en Topografía e Hidrología
9. Licenciatura en Música
10. Licenciatura en Psicología
11. Licenciatura en Ciencias de la Tierra
12. Licenciatura en Alimentos
13. Licenciatura en Cirujano Dentista
14. Licenciatura en Gastronomía
15. Licenciatura en Nutriología
16. Licenciatura en Geomática
17. Licenciatura en Historia

Actualmente la UNICACH en pro de cultivar en sus estudiantes y personal académico un espíritu emprendedor, se ha preocupado por crear espacios propicios que permiten tanto a los profesionistas especializados que se están formando en la Universidad, como a todos aquellos creadores e innovadores de las ciencias y las artes, desarrollarse en el ámbito empresarial, mediante la incubadora de negocios.

El Centro de Negocios **Genera** de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, promueve la cultura emprendedora de la comunidad universitaria con la finalidad de impulsar la creación y fortalecimiento de empresas.

Los servicios que ofrece **Genera** son: ⁴

⁴ <http://genera.unicach.mx/>. Consulta: 01 de junio del 2011.

1. Asesoría especializada.
2. Desarrollo de planes de negocios.
3. Tutoría y acompañamiento personalizado.
4. Capacitación empresarial.
5. Instalaciones adecuadas para la atención a los emprendedores.
6. Vinculación con:
 - Fuentes de financiamiento
 - Organismos públicos y privado

La principal labor del Centro Genera es:

- Fortalecer ideas innovadoras a través de capacitación y retroalimentación a cargo de especialistas.
- Lograr que la actividad emprendedora sea valorada desde una perspectiva social.
- Desarrollar y difundir herramientas y mecanismos de apoyo al emprendedor.
- Dar prioridad a la necesidad estratégica de generar empleo a través de la creación de nuevas empresas con alto valor agregado artístico, cultural, científico y tecnológico.

Pueden postular proyectos en este centro de negocios, investigadores, universitarios, profesionales y técnicos de educación superior que generen ideas de nuevos emprendimientos, que cuenten con los siguientes requisitos:

- Capacidad de gestión del postulante.
- Nivel de desarrollo de la capacidad emprendedora y motivación por la innovación.
- Capacidad de relacionarse y trabajar en equipo.
- Adecuada complementación de talento y capacidades.
- Grado de compromiso del postulante.
- Conocimiento, dominio y experiencia del postulante frente a su propuesta.

Estas acciones antes mencionadas son respuestas que la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas ha tenido ante la preocupación creciente de los profesionistas por la falta de espacios laborales acordes con su carrera, los cuales muchas veces optan por otras alternativas menos remuneradas y ajenas a su formación académica.

A pesar de esto, se puede decir que aún faltan más acciones encaminadas a desarrollar de actitudes y habilidades emprendedoras en la comunidad de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas mediante una educación emprendedora y de aspiraciones empresariales, que se enfoque en el impulso emprendedor, liderazgo e innovación así como en el desarrollo de sus potencialidades personales, generando profesionistas que se abran a nuevos panoramas y de amplia visión.

3.4.1 Programa educativo para el desarrollo de la cultura emprendedora

Se propone un Programa educativo centrado en el desarrollo de las competencias emprendedoras analizadas en la presente investigación. El eje central es el de promover el comportamiento emprendedor entre los alumnos de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, con objeto de que se desarrollen como sujetos críticos, reflexivos, informados, capaces de generar redes de apoyo, creativos, innovadores, proactivos, con responsabilidad social, dinámicos, en definitiva, con competencia suficiente para generar desarrollo local-regional en el plano económico y social.

Para la formación de estas competencias emprendedoras se debe tener una perspectiva de conjunto, es decir, intervenir con los docentes, alumnos y expertos en la materia con la finalidad de mejorar su formación en aspectos directamente relacionados con el fomento de competencias para emprender, pues son ellos los que se encuentran en contacto directo con los estudiantes y los encargados de estimularlos, motivarlos y formarlos en estas competencias para que generen ideas de negocio y adquieran los conocimientos necesarios para el desarrollo de un proyecto emprendedor. Por otro lado, y en paralelo, debemos actuar directamente con el alumnado, con el propósito de generar espacios y situaciones en donde éstos deban poner en juego las competencias emprendedoras en que van siendo educados, al tiempo que se interviene sobre el entorno próximo para que la comunidad visualice a estos jóvenes como futuros emprendedores.

3.4.2 Análisis del contexto socioeducativo del alumnado de la UNICACH

El programa educativo que se propone, está diseñado principalmente para atender las necesidades formativas en materia de competencias emprendedoras para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Considerando las características socioeducativas de estos jóvenes podemos decir que:

- El programa está orientado a fomentar el autoempleo en la sociedad chiapaneca con más necesidades desde el punto de vista socioeconómico. Estos núcleos presentan algunas deficiencias, como por ejemplo: falta de empleo estable y de calidad de los mismos, pocos recursos formativos, etc.
- Un alto porcentaje de los jóvenes muestran importantes deficiencias formativas y, por ende, condicionan negativamente su inserción laboral y su empleabilidad en el mercado de trabajo.
- La edad media de los estudiantes se sitúa en torno a los diecinueve años, por tal motivo, podemos afirmar que el alumnado en cuestión continúa con el proceso acentuación y afianzamiento de los cambios fisiológicos, psicológicos y sociales que marcan su transición hacia la vida adulta, en la que el trabajo y el desarrollo de la carrera profesional tienen especial importancia.
- En el ámbito cognitivo, el desarrollo del pensamiento formal les permite asumir nuevas habilidades, otros papeles sociales, adquirir variables morales superiores, nuevos conocimientos, actitudes, etc., necesarios para desarrollar las competencias emprendedoras. Por lo tanto, debemos contribuir al desarrollo del razonamiento formal de estos jóvenes, ya que entre otras cuestiones, les permitirá operar sobre proposiciones y no solo sobre objetos reales y concretos; les permitirá enfocar la resolución de un problema atendiendo a todas las situaciones y relaciones posibles, formular hipótesis explicativas y verificarlas sistemáticamente mediante procesos deductivos y experimentales así como someter los resultados a las pruebas de un análisis deductivo.

- Se debe fomentar el razonamiento formal que les permita analizar el entorno sociocultural y económico que les rodea, reflexionar sobre él, con objeto de orientar un proyecto personal y laboral integrado tomando como base la cultura emprendedora.
- Los ámbitos de desarrollo de la autonomía personal (autorrealización) y la inserción social y laboral aparecen muy ligados a la promoción de las competencias emprendedoras.
- Con los aspectos mencionados damos por justificada la propuesta de programa socioeducativo, y aún más, si traemos a colación la información aportada en los capítulos antes mencionados, donde se manifiesta la relevancia de promover la cultura emprendedora entre la comunidad UNICACHENSE como motor de desarrollo socioeconómico de la comunidad chiapaneca.

3.4.3 Que competencias enseñar y para qué

La educación forma parte de la dinámica general de la sociedad por lo que debe dar respuesta a las diferentes problemáticas que en ella se presentan, entre ellas, las derivadas de los cambios en los modelos productivos con objeto de adecuar la formación a las nuevas necesidades del mercado laboral y profesional.

Entre las necesidades detectadas en el presente trabajo está la de “promover la cultura emprendedora” como estrategia orientada al crecimiento económico y la cohesión social. En este sentido, se parte de un “concepto de trabajo” como proyecto social integrado que contempla la dimensión personal, social y económica de la persona en base a un planteamiento humanista enfocado a la construcción de una sociedad más equitativa.

Las competencias emprendedoras buscan la autonomía y se orientan hacia la autorrealización del sujeto, como vía para la realización de un proyecto vital centrado en la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad. Los estudiantes universitarios aparecen como objeto y sujeto de la transformación, que dé

lugar a la reactivación del sistema productivo y el incremento de la actividad económica en el Estado.

Por estos motivos, el objeto principal de nuestro programa será el de desarrollar, en los estudiantes de la UNICACH siguientes competencias emprendedoras:

| | |
|---|---|
| Actitud mental positiva: | Hacer que los sujetos lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades para que puedan desarrollar con éxito su propia empresa. |
| Ambición: | Es necesario motivarlos para conseguir éxitos, para que lleguen a actuar bien por la satisfacción de “hacer lo mejor” como parte de su proyecto vital y profesional. |
| Capacidad para sobreponerse al fracaso: | Incidir sobre la dificultad de llevar a cabo un proyecto empresarial, motivarlos y formarlos para que no abandonen este proyecto ante las primeras dificultades o adversidades y lo sigan intentando. |
| Código ético: | Las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que estos jóvenes han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza. |
| Corporativismo y colaboración: | Capacitar al alumnado para organizar y defender con otros empresarios y agentes sociales los intereses de la comunidad, siempre manteniendo la equidad, la cohesión social y el respeto medioambiental. |
| Cultura emprendedora: | De manera general, es la adquisición, interiorización y puesta en práctica de los conocimientos, informaciones, valores, actitudes, creencias, etc., necesarias para poder desarrollar un proyecto emprendedor. |
| Creatividad: | Ayudar a los jóvenes a tener ideas novedosas, con las que poder llevar a cabo un proyecto innovador. |
| Dirección de reuniones: | Desarrollar los conocimientos y destrezas necesarias |

| | |
|--|--|
| | para guiar perfectamente las reuniones con los futuros Empleados o agentes comerciales, económicos o sociales. |
| Dominio del estrés: | Capacitar a los sujetos para que puedan controlarse en situaciones agobiantes. |
| Ecologismo: | Que asuman e integren el compromiso de que todos, incluidas las empresas, deben defender y respetar la naturaleza, desde la responsabilidad social y medioambiental para la sociedad de hoy y, muy especialmente, pensando en las futuras generaciones. Por lo que, desde esta perspectiva, es muy importante trabajar la empatía. |
| Esfuerzo: | Sensibilizar y formar a los jóvenes para que pongan en marcha su “proyecto profesional y personal” aunque tengan que superar dificultades. |
| Facilidad para las relaciones sociales: | Los sujetos deben aprender a relacionarse con facilidad, y con corrección, con otras personas en diferentes situaciones y contextos. |
| Gestión del tiempo: | Han de ser capaces de distribuir correctamente su tiempo en las actividades que llevan a cabo diariamente, para obtener buenos resultados en aquello que hacen. |
| Gestión del riesgo: | Concienciarlos de que el fracaso y el riesgo pueden estar presentes a la hora de montar su propia empresa o negocio, pero no por ello deben dejar de intentarlo. |
| Habilidad de conversación: | Enseñar a los estudiantes a comunicarse con fluidez y hablar correctamente con otras personas en diferentes situaciones o contextos. |
| Iniciativa. Actitud proactiva: | Enseñarles a hacer cosas por sí mismos, a promover iniciativas, a introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores. |
| Liderazgo: | Fomentar su capacidad para dirigir y guiar, desde el respeto a los demás, a los futuros empleados de su |

| | |
|------------------------------|---|
| | negocio o empresa. |
| Motivación de los empleados: | Que sean capaces de animar a sus futuros empleados, en el supuesto de que los tuvieran, para que desarrollen con interés su trabajo. |
| Negociación: | Formar su capacidad para comerciar, comprar y vender o cambiar géneros o mercancías con objeto de aumentar el beneficio de su empresa. |
| Organización y delegación: | Incidir sobre su capacidad para coordinar a todos sus empleados y repartir bien las diferentes tareas y funciones de su negocio. |
| Orientación al mercado: | Desarrollar la capacidad de ver qué negocio tendría más futuro atendiendo a las características históricas, económicas, políticas y sociales, entre otros aspectos, del momento. |
| Planificación: | Enseñarles a organizar de manera ordenada, coherente y pragmática su empresa o negocio. |
| Selección de personal: | Ofrecerles los conocimientos, las técnicas y fomentarles las habilidades y capacidades necesarias que les permitan escoger adecuadamente a los trabajadores que van a formar parte de su empresa. |
| Simpatía: | Transmitirles la importancia de tener un modo de ser y un carácter agradable con el resto de personas, ciudadanos y, por ende, con sus empleados. |
| Tenacidad: | Deben aprender a ser constantes con una tarea o acción y no abandonarla antes de acabarla. |
| Toma de decisiones: | Capacitar a los sujetos para que puedan tomar decisiones incluso en situaciones difíciles. |
| Venta: | Enseñar a los estudiantes las técnicas y métodos para vender bien y con facilidad los productos o servicios de su empresa. |
| Visión y proyecto de futuro: | Capacitarlos para que puedan generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios. |

3.4.4 Metodología de enseñanza

Para alcanzar los objetivos propuestos es necesario establecer:

- La sensibilización del entorno sociocultural (colaboración entre los agentes sociales, políticos, educativos, económicos, etc.).
- La formación del profesorado
- La interiorización y puesta en práctica por parte del alumnado de las citadas competencias emprendedoras como parte de un proyecto social integrado.

La finalidad es crear un entorno social, económico y político (generar cultura) orientado al desarrollo de la pequeña empresa desde la base de un modelo productivo que busca el equilibrio entre lo social, económico y medioambiental.

Todo esto es posible materializarlo mediante el diseño, planificación y puesta en práctica de tres proyectos de inicio: uno enfocado a la “sensibilización” sobre el territorio, otro enfocado a la formación del profesorado y el tercero dirigido al desarrollo de las competencias emprendedoras en el alumnado.

Por lo tanto, se tendría en cuenta la realización de acciones específicas y concretas como la divulgación de experiencias, ejemplos de buenas prácticas emprendedoras, la realización de seminarios, cursos y conferencias con la finalidad de conocer mejor la situación de la pequeña empresa chiapaneca, la importancia de las competencias emprendedoras para el desarrollo de la cultura emprendedora, y ésta para el crecimiento económico y la cohesión social, etc.

De esta manera, se espera promover el desarrollo de valores, conocimientos, actitudes, iniciativas, creencias, etc., con las que lograr un mayor entendimiento y acercamiento entre los diferentes agentes referenciados, y de esta forma, ir sentando las bases de un modelo de crecimiento centrado en la cultura emprendedora entre los jóvenes como parte de un proyecto personal, social y económico integrado.

Con esta metodología se busca aumentar la competencia de los futuros emprendedores para que se desenvuelvan adecuadamente en el medio económico y social. Por tanto, el centro de atención es la persona, dirigiéndose las acciones educativas a promover dichas competencias para incrementar su autonomía personal, laboral, económica, social, etc., así como su capacidad crítica y de reflexión que le permita obtener una información más exhaustiva de su contexto económico y social, para aprender los conocimientos prácticos e instrumentos necesarios para iniciar y gestionar correctamente su propia empresa desde la responsabilidad social y medioambiental.

La intervención socioeducativa consistiría en la elaboración de actividades, cursos, materiales didácticos, charlas, seminarios, materiales de sensibilización y motivación hacia el autoempleo y la cultura emprendedora, y otros, tomando como eje central el desarrollo de las competencias emprendedoras expuestas con anterioridad.

Definitivamente se busca aumentar las competencias emprendedoras de los estudiantes para que por sí mismos puedan dar una respuesta adecuada a las diferentes situaciones y problemáticas socio-laborales derivadas de la acción emprendedora para que puedan desarrollar su proyecto empresarial de manera eficiente. Por ello, se pretende promover primero el espíritu emprendedor entre estos jóvenes, y en segundo término, proveerlos de los conocimientos e instrumentos necesarios, es decir, dotarlos de las citadas competencias.

Consideramos que el contexto de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas ofrece un marco de referencia adecuado para llevar a cabo un método de aprendizaje por acción y por experiencia, donde los estudiantes puedan desarrollar las competencias mediante el ejercicio y la práctica en situaciones reales.

Las competencias necesitan de la acción y de la experiencia para desarrollarse, ya que no es suficiente con poseer los conocimientos, habilidades o actitudes, sino que es necesario llevar a cabo comportamientos donde se pongan en juego todos estos aspectos que subyacen a la conducta competente. Por este motivo, uno demuestra que es competente desarrollando comportamientos competentes, y una buena forma de conseguirlo es mediante la formación en prácticas reales de trabajo, a través de la experiencia y el ejercicio en situaciones que requieran comportamientos competentes.

Por lo tanto, aprovechar el espacio destinado a los servicios sociales y/o prácticas profesionales para aplicar y desarrollar los conocimientos teóricos acerca de las competencias emprendedoras.

Por lo anteriormente descrito, el aprendizaje basado en la experiencia real, desde el punto de vista individual y grupal, capacita a los sujetos para enfrentar futuras situaciones nuevas, similares a las experimentadas en la práctica, en las que deberá poner en juego las competencias emprendedoras adquiridas.

Este método de aprendizaje en la acción favorece la participación activa de los sujetos, pues se concibe el desarrollo emprendedor como parte de un proyecto personal, social y económico integrado orientado hacia la autorrealización social y profesional. Así pues, la fase de sensibilización y motivación hacia el autoempleo debe constituir el punto de partida para asegurar el compromiso e involucramiento personal de los jóvenes en su proyecto emprendedor.

3.4.5 Contenidos

La finalidad principal del programa radica en la adquisición por parte del alumnado de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, las citadas competencias emprendedoras que se describen a continuación:

DE CONCEPTOS

| | |
|---|---|
| <i>Análisis de las variables contextuales:</i> | Recabar información para caracterizar el entorno económico y social de la región. |
| <i>Establecer un diagnóstico y análisis de necesidades:</i> | Del contexto para llevar a cabo el proyecto emprendedor |
| <i>Competencias emprendedoras:</i> | Actitud mental positiva, ambición, capacidad para sobreponerse al fracaso, cultura emprendedora, creatividad, dirección de reuniones, dominio del estrés, ecologismo, esfuerzo, facilidad para las relaciones sociales, gestión del tiempo, gestión del |

riesgo, habilidad de conversación, iniciativa. Actitud proactiva, liderazgo, motivación de los empleados, negociación, organización y delegación, orientación al mercado, planificación, selección de personal, simpatía, tenacidad, toma de decisiones, venta, visión y proyecto de futuro.

DE PROCEDIMIENTO

Búsqueda de información: Caracterización del entorno económico y social de la región.

Acciones para la sensibilización y motivación: Con objeto de favorecer la colaboración entre los diferentes agentes sociales, políticos y económicos de la zona.

Formación del alumnado en competencias emprendedoras: Busca que los jóvenes se orienten hacia el autoempleo como proyecto vital y profesional.

Simulación mediante prácticas reales: Desarrollo de las competencias emprendedoras a través de experiencias reales, prácticas simuladas, contacto con la realidad, etc., en definitiva, generar situaciones en las que los sujetos deban poner en juego dichas competencias.

Formación del profesorado: Actividades, cursos, seminarios, etc., para capacitación de los expertos.

Planificación sistemática: Desarrollo y evaluación de las diferentes acciones y estrategias para alcanzar los objetivos.

Evaluación: Análisis del proceso seguido. Comparar los diferentes objetivos con los resultados obtenidos.

DE ACTITUDES

Sensibilización: Toma conciencia acerca de la necesidad de promover la cultura emprendedora como

| | |
|-----------------------|---|
| | estrategia de desarrollo local-regional. |
| <i>Motivación:</i> | Animar a los estudiantes al autoempleo, como parte de un proyecto social integrado. |
| <i>Interés:</i> | Por adquirir y desarrollar las competencias emprendedoras. |
| <i>Autoconfianza:</i> | Desarrollar la seguridad en sí mismo para llevar a cabo el proyecto emprendedor. |
| <i>Compromiso:</i> | Asumir las obligaciones contraídas voluntariamente hasta el final. |
| <i>Persistencia:</i> | Mantenerse firme y constante para lograr los objetivos marcados. |
| <i>Iniciativa:</i> | Toma decisiones con responsabilidad social. |

Capítulo 4: Marco Metodológico del objeto de estudio

4.1 Tipo de Investigación

En el presente trabajo es conveniente utilizar una teoría con enfoque estructuralista ya que explica las relaciones entre las partes, como son:

- Nuestra realidad empresarial
- Identificar la capacidad emprendedora en la comunidad estudiantil de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas
- Investigaciones que sustenten los programas educativos encaminados hacia una cultura empresarial

Según el nivel de medición y análisis de la información se realizará una investigación descriptiva.

El objeto de la investigación descriptiva consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del “tiempo”, es decir, la investigación descriptiva, como su nombre lo indica, describe una situación, fenómeno, proceso o hecho social.

El medio para la obtención de datos que se utilizó fue la documental, la cual se apoya en documentos de cualquier especie entre los que destacan la investigación bibliográfica, archivística y libros electrónicos.

Este estudio descriptivo fue basado en el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los alumnos y maestros de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, donde se refleja la situación que hasta ahora se ha tenido en materia de emprendimiento, además de la recopilación documental sobre datos de competencias emprendedoras que refuercen las observaciones realizadas en el sondeo, lo que conduce a la propuesta de un programa emprendedor que pretende ser acorde a las necesidades de los estudiantes universitarios.

4.2 Tipo de instrumento

Teniendo en cuenta los diversos métodos para recoger información que nos podemos encontrar que de las técnicas más utilizadas para la recogida de datos se encuentran los cuestionarios, ya que es un instrumento que consiste en un conjunto más o menos amplio de preguntas o cuestiones que se consideran relevantes para el rasgo, característica o variables que son objeto de estudio. Por lo anterior, se considera que es el instrumento más rápido, económico y eficaz para recopilar dicha información.

Se aplicarán cuestionarios que permitan identificar la capacidad emprendedora de los estudiantes de nuevo ingreso así como de los inscritos durante el semestre Agosto – Diciembre 2011.

Cuestionario para los alumnos de nuevo ingreso

Este cuestionario se aplica a una muestra de 150 alumnos que inician una carrera en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, y tiene como propósito conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de nuevo ingreso. Está integrado por preguntas para:

- ✓ Identificar cuántos de ellos ya han participado en un programa emprendedor
- ✓ Conocer la experiencia
- ✓ El rol
- ✓ Ciclo de vida
- ✓ Personalidad
- ✓ Adaptabilidad.

Cuestionario Perfil emprendedor de los estudiantes

Este cuestionario se aplica a una muestra de 150 alumnos, proporcional al número de alumnos en cada carrera. Un emprendedor puede tener características algunas o muchas de las características citadas en los capítulos anteriores, sin embargo, lo importante es cómo identificarlas en las personas y hacer un perfil de ellas.

En este trabajo se va a entender perfil emprendedor como una herramienta que ayuda a pensar en la preparación para iniciar y operar una empresa exitosamente. Este perfil no pretende predecir el éxito, pero puede ayudar a considerar si ser empresario es la actividad adecuada para quien conteste el cuestionario.

El cuestionario que se va a utilizar en este trabajo para determinar el perfil del emprendedor basado en la teoría de que existen tres aspectos esenciales para iniciar una nueva empresa:

- 1) La persona correcta.
- 2) El momento correcto.
- 3) La idea correcta.

En este caso, básicamente, se va a considerar el aspecto de la persona correcta, pues para los fines de este trabajo se van a estudiar a los alumnos que de momento no van a iniciar una empresa y, por lo tanto, no se puede conocer si es el momento y la idea correcta.

Cuestionario para maestros

Tres aspectos son los que se pretende medir con este cuestionario (muestra de 28 catedráticos):

- La evaluación a las actuales actividades emprendedoras que ofrece la UNICACH
- La aceptación de un programa emprendedor
- La disposición para colaborar como asesores.

4.3 Diseño de la Investigación

- Unidad de Análisis: Alumnos y Catedráticos
- Unidad Geográfica: Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas
- Unidad de Estudio: Situación actual de la cultura emprendedora en la comunidad universitaria.

- Unidad de tiempo: 2011-2012

4.4 Hipótesis

En nuestro país se ha prestado poca atención al proceso por el cual las comunidades generan emprendimientos y emprendedores.

La práctica emprendedora estuvo tradicionalmente conectada a las élites. Considerándose como subentendido que sólo en el seno de estas es que aparecen los sujetos con capacidades para la dirección y gestión de los asuntos económicos. Sin embargo, se afirma que las personas, independientemente de su estrato social, son susceptibles de ejercer esas capacidades se participen, de forma activa, en un proceso educativo adecuado. Dado que, tal como mostramos, las cualificaciones para emprender pueden ser aprendidas y enseñadas como parte integrante del proceso de desarrollo educativo universitario.

De igual modo, mantenemos que las competencias emprendedoras no inciden sólo en el crecimiento económico, sino también forman parte de un proyecto social integrado. Una reforma verdadera de la educación debería plantear una formación emprendedora a todo nivel, que ocasionen un cambio radical en la mente y en los paradigmas de alumnos y profesores.

Nuestro tiempo exige gente propositiva, llena de actitudes y habilidades emprendedoras que enfoquen su talento en proyectos productivos y sustentables. El país exige que su gente se abra a nuevos panoramas, amplíe su visión y tome las riendas de su vida. Por lo que se necesita imperiosamente interpretar una nueva visión en la educación que desde el despertar hasta el ocaso, sea inconforme y reflexiva, que motive a los estudiantes universitarios, en este caso de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, a generar nuevos pensamientos y despierte la incalculable pasión por la creatividad y por ende desarrollarse como personas.

Convertirse en emprendedor es una ardua labor en la que hay que formarse a conciencia, por lo que es de vital importancia que la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas cambie el proceso de aprendizaje de tal manera que permita a sus estudiantes desarrollar tanto las capacidades empresariales como sus habilidades emprendedoras.

Por lo tanto, considerando que la capacidad emprendedora consiste en una combinación de habilidades, conocimientos y recursos, y que la relación de los diferentes tipos de programas de apoyo (formación, incubadora de negocios, entre otros) afecta en los resultados del fomento a la creación de empresas. El principal cambio que esta investigación está orientado a integrar un programa las actividades para la formación de jóvenes emprendedores.

El espíritu emprendedor, y las capacidades empresariales pueden alentarse y adquirirse a través de la formación (Aronsson, 2004; Kirby, 2004). En este sentido, este estudio propone elementos importantes aplicados a un programa de formación para los estudiantes de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Dicha estructura tiene como finalidad principal la adquisición y desarrollo de competencias emprendedoras que permita motivar a los jóvenes estudiantes a desarrollarse mental y profesionalmente como empresario exitoso.

El programa emprendedor debe ayudar a identificar, generar y promover las actitudes necesarias para el emprendimiento, la creatividad y la innovación. Además, debe promover y apoyar la puesta en marcha de nuevas empresas, a través de la identificación, la enseñanza de las bases metodológicas y los instrumentos para planear y llevar a la práctica esos planes. Todo esto debe despertar el interés por fundar más empresas.

Dicho programa debe iniciar con la sensibilización de la comunidad universitaria. Se debe estar consciente que los resultados no se verán a corto plazo (de un semestre a otro) e incluso es difícil aislar al programa y decir que gracias a él se logró el emprendimiento. La única manera de obtener los mejores resultados es la participación de:



Pese a lo anterior, la educación tiene un impacto muy grande en el logro de esto.

Entre otras cosas, tomando en cuenta lo anterior, se puede decir que:

- Esta propuesta de estudio pretende estimular y desarrollar el espíritu emprendedor, dándole el seguimiento necesario en los diferentes cursos y, de ser necesario, hacer las adecuaciones que más convengan.
- Se debe realizar mayor difusión de los programas y eventos de emprendedores. Lo que hasta ahora se ha venido haciendo no es suficiente, ya que tanto alumnos como maestros están muy interesados en participar en un programa emprendedor.
- Existe disposición de parte de los maestros de la Universidad de ciencias y Artes de Chiapas, aunque es indispensable la capacitación del personal e incluso el apoyo para que ellos también sean emprendedores.
- Aunque existe apoyo a los emprendedores, se debe buscar ofrecer estímulos y reconocimientos a los coordinadores y asesores.
- Puede ser por proyectos o por obtener buenos resultados. Además que la coordinación o asesoría sea considerada como carga académica.
- La implementación de este proyecto se debe facilitar pues existe voluntad política para la difusión de la cultura emprendedora.

4.5 Análisis de resultados obtenidos

Se presentarán los resultados obtenidos a partir de la utilización de diversas técnicas para conocer la cultura emprendedora en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Se realizará el análisis FODA, así como se describirá el resultado de los cuestionarios aplicados a estudiantes de nuevo ingreso, estudiantes de los diferentes semestres y maestros. Además, se describen los resultados que hasta ahora se ha tenido en materia de emprendimiento.

Análisis FODA del la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

FODA (en inglés SWOT) es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posee sobre la institución, útil para examinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de la UNICACH, en este caso, y el entorno en el cual éste compete.

Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis FODA, podrán ser de gran utilidad en el análisis y en las estrategias que califiquen para ser incorporadas en el Programa Emprendedor.

Fuerzas que podría tener la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

El Programa Emprendedor de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas podría tener como fortalezas las siguientes:

- Voluntad política al más alto nivel sobre la difusión de una cultura emprendedora.
- Los nuevos planes de estudios y programas que darán inicio tienen, entre sus objetivos y perfiles, contemplado el emprendimiento.
- Recursos humanos formados en diversas carreras.
- Eventos para incentivar la cultura emprendedora (Concurso de emprendedores).
- Disponibilidad de estudiantes por egresar que apoyen el programa como residentes.
- En el nuevo plan de estudios se reconoce a la cultura empresarial como una parte importante del perfil profesional en la mayoría de las carreras.

Oportunidades con las que puede contar la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Las oportunidades principales se ponen de manifiesto en las siguientes:

- Políticas nacionales de desarrollo económico y tecnológico.
- Instancias oficiales y privadas que dan apoyo a proyectos innovadores.
- Instituciones federales en apoyo de las micro y pequeñas empresas.
- La actual situación económica brinda la oportunidad al sector educativo de presentar soluciones reales a la problemática del sector productivo.
- Aprovechamiento de las relaciones personales y profesionales de la planta docente con el sector productivo.
- Intercambio de ideas y conocimientos entre instituciones con experiencia en el fomento de una cultura empresarial.

Debilidades que podría tener la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

Así como hay fortalezas, también existen debilidades que se deben tomar en cuenta en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas:

- Insuficiente presupuesto y recursos tecnológicos asignados al Programa Emprendedor.
- No existe suficiente sinergia entre las potencialidades institucionales para promover empresas innovadoras debido a que no se reconoce como un programa prioritario.
- Actualmente, no hay asesores y coordinadores de este programa en las carreras.
- La falta de estímulos para coordinadores, asesores y promotores del programa emprendedor no recibe estímulos ni reconocimientos académicos
- No existe, en la mayor parte de los casos, descarga académica para los asesores y los coordinadores del Programa Emprendedor quienes utilizarían mucho tiempo fuera de clase para apoyar a los emprendedores.
- No existen apoyos financieros para el desarrollo de prototipos y proyectos productivos.
- No están identificados los egresados que tienen su propia empresa y por lo mismo no se han aprovechado sus experiencias.
- Existe un impacto muy reducido del programa emprendedor en la comunidad estudiantil, por lo que debe promoverse.
- Ausencia de mecanismos que promuevan la formación de emprendedores y promoción de empresas innovadoras.

- Falta de difusión de la cultura empresarial.
- Ausencia de evaluación y seguimiento.

Amenazas que podría tener la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

Las amenazas que podría tener la UNICACH son:

Retraso en el proceso de maduración del programa emprendedor.

- Falta de continuidad de los asesores y coordinadores del programa emprendedor en apoyo a la difusión de una cultura empresarial innovadora.
- Búsqueda de intereses personales sobre los institucionales.
- No mantener un proceso permanente de modernización de la infraestructura tecnológica y educativa del programa emprendedor y de su capacidad instalada.
- No considerar las actividades del Programa Emprendedor y sus resultados como un elemento retroalimentador del proceso educativo y de actualización profesional, que asegure incrementar la pertinencia de las materias afines a la difusión de una cultura empresarial.
- Falta de control en cuanto a la propuesta de proyectos emprendedores y su relación directa con los sectores prioritarios y estrategias de la región.

Perfil emprendedor en alumnos de nuevo ingreso:

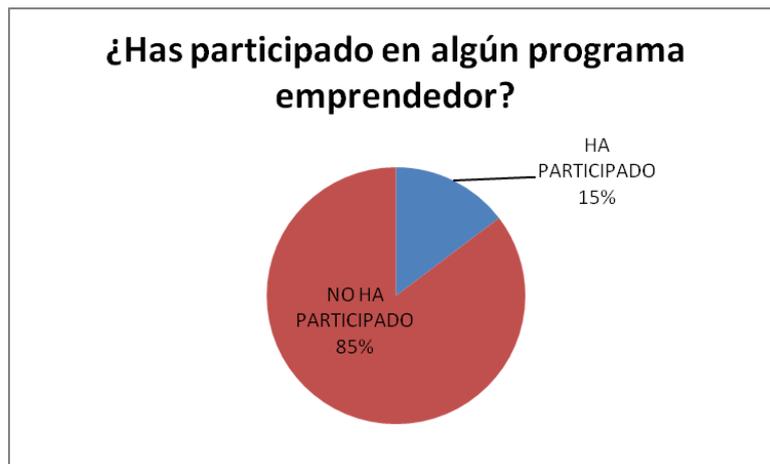
Conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de nuevo ingreso es sumamente importante para la toma de decisiones.

Para conocer el perfil se aplicó un cuestionario enfocado básicamente a experiencia, personalidad, adaptabilidad y rol. No se consideró ciclo de vida porque se refiere al momento correcto para iniciar una empresa y son estudiantes que todavía les faltan cinco años aproximadamente para concluir sus estudios universitarios.

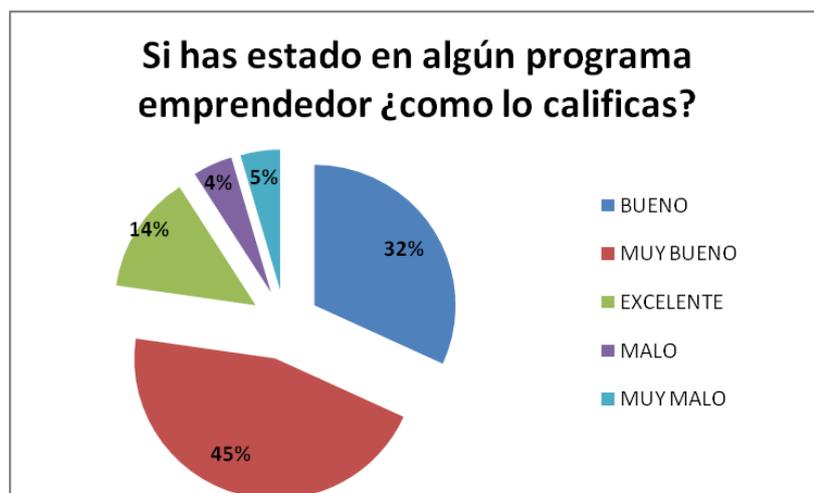
El promedio de edad de los estudiantes de nuevo ingreso es de casi 18 años (17.97).

Esto nos lleva a que, según la edad promedio de las personas que tienen sus propias empresa (43 años)⁵, todavía no llegan ni a la mitad de ésta.

Sólo el 15% ha participado en un programa emprendedor. Esto lleva a que es necesario implementar el programa desde un nivel básico. Se destaca el hecho que algunos de los estudiantes ni siquiera tenían una idea de qué significa ser emprendedor.



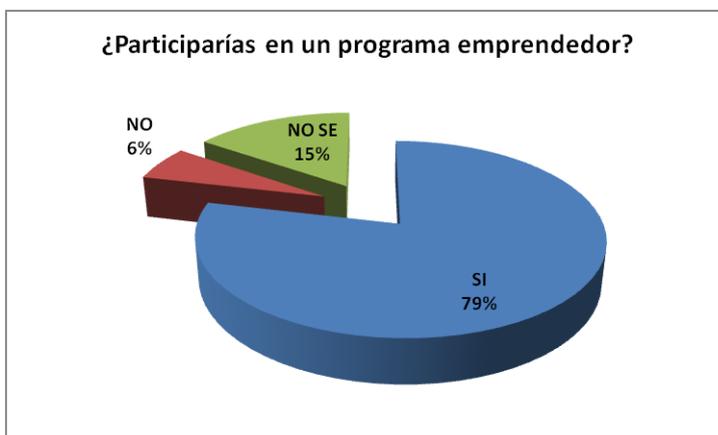
En cuanto a la evaluación que le dan al programa emprendedor quienes lo han llevado se tiene que predominan las calificaciones favorables (buena, muy buena y excelente).



En cuanto al interés que mostraron en participar en un programa emprendedor se identificó lo siguiente:

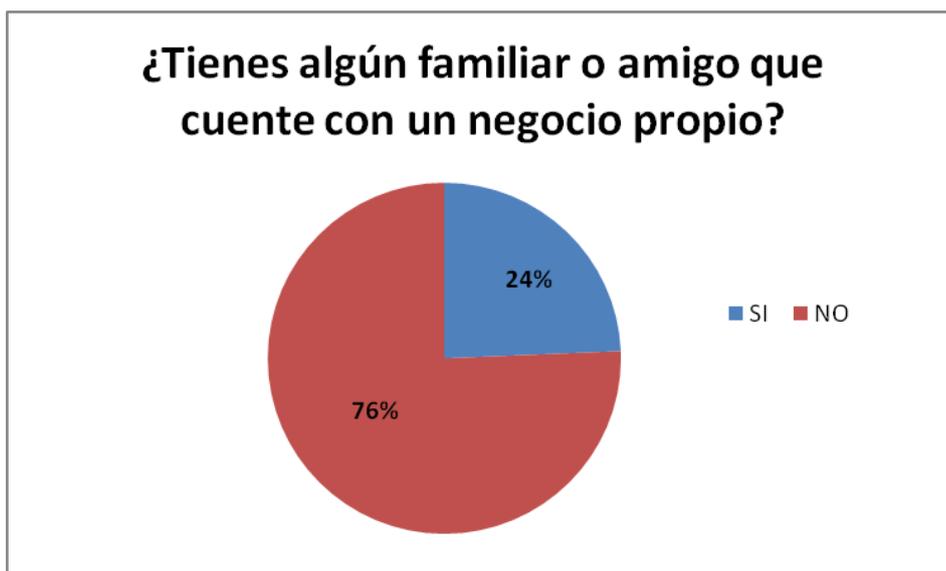
⁵ Encuesta realizada por SoyEntrepreneur.com en noviembre de 2009.

El 79% está interesado en participar en el programa emprendedor, el 15% no sabe si participaría y sólo el 6% afirma que no le interesa participar.



Experiencia

Sólo el 15% de los estudiantes encuestados ha participado en un programa emprendedor. Sin embargo el 24% de los estudiantes afirman que un integrante de su familia o amigos tiene un negocio propio y el 76% no tiene familiares o amigos con negocios propios.



El 5% de los alumnos de nuevo ingreso ha trabajado en pequeñas empresas en contacto cercano con el jefe. El 10% han trabajado en una empresa sin tener contacto con el dueño de la empresa. El 1% afirma que ha sido socio de alguna empresa. El 84% no ha tenido ninguna experiencia laboral.



Personalidad

En este apartado se clasificó las respuestas en una escala de 1 a 5, siendo:

- 1 = pésimo
- 2 = malo
- 3 = regular,
- 4 = bueno
- 5 = muy bueno.

De manera global, la personalidad de los estudiantes de nuevo ingreso en relación al emprendimiento es calificada con 3.81, como buena.

El primer aspecto evaluado fue el nivel de energía y entusiasmo con 3.62. La confianza en sí mismo es más alta (4.6). La calificación 3.1 corresponde al comportamiento con calma en situaciones ambiguas o inciertas.

El establecimiento de objetivos a largo plazo y el sujetarse a ellos obtuvo un 3.25 y con 3.6 el gusto por tener retroalimentación de su trabajo. Por otra parte, 4.08 no creen en las soluciones perfectas sino en la mejor solución.

El obtener suficiente información antes de tomar una decisión es calificada como buena (3.92). El mantener la calma y no ponerse nervioso por las consecuencias de las decisiones es calificado con 3.52. Ver el fracaso como una experiencia y no desalentarse obtuvo 3.76. El aburrirse con la rutina y el gusto por resolver problemas diferentes es evaluado con 3.93.

La búsqueda de ayuda de los demás si la necesitan para cumplir las metas obtuvo una calificación muy buena (4.33). 4.6 piensan que el éxito o fracaso dependen de sí mismo.

El colocarse en situaciones donde toman la iniciativa y se hacen responsables del éxito o del fracaso es calificado como bueno (3.9).

La confianza en sí mismo es evaluada como muy buena (4.6). y quizás la pregunta más importante, el ser un verdadero emprendedor, lo evalúan con 3.3.

Adaptabilidad

Para medir esta variable se manejaron 9 preguntas. El promedio global de la adaptabilidad fue 3.72, calificación que corresponde a buena.

La primera pregunta fue la disposición de anteponer el trabajo a la familia y los amigos. Este aspecto obtuvo 3.13; sin embargo se manifestó una disminución en la disposición a invertir en un negocio aun con riesgo de perder los ahorros de su vida pues fue 2.98 que equivale a regular.

Por otra parte, la disponibilidad a cambiar de modo de vida, ajustándolo a las necesidades económicas fue 3.67.

Ver el inicio de una empresa como una forma de vida que les absorberá completamente es visualizada de una manera buena (3.54). El imaginarse formas creativas de hacer las cosas logró 4.17. Por otra parte, el pensar en nuevas maneras de hacer las cosas fue evaluado como bueno 3.36.

El trabajo en equipo fue calificado como muy bueno (4.05) y la ética empresarial como buena (3.68) y una muy buena calificación (4.27) la obtuvo el tener más valor la negociación honesta y limpia que obtener dinero.

Rol

Esta variable se midió mediante 16 preguntas. En este aspecto, de manera global, se logró un 80%. El 69% se reconocen como una persona emprendedora y el 74% disfruta adquiriendo responsabilidades. Al 96% le gusta resolver problemas prácticos más que teóricos. El 86% tienen un fuerte deseo de independencia y de que las cosas giren en torno suyo.

Por otra parte, al 83% le gusta aceptar desafíos y tomar riesgos calculados. Al 89% le gusta tomar decisiones y ser el jefe. El 85% gusta de supervisar a otras personas, siendo el líder. Además, sólo el 62% puede trabajar muchas horas durante largos periodos.

El 84% establece metas desafiantes que se ajustan a sus habilidades. El 80% da seguimiento a sus metas. El 75% se reconocen como una persona con muchas ideas. El 86% está dispuesto a dedicarle cierto tiempo a la planeación.

Las calificaciones más bajas en esta variable fueron el ser organizado (53%) y la administración correcta del tiempo (56%). Los porcentajes más altos fueron en el gusto por triunfar por su propios méritos (96%) y la facilidad para convivir con las demás personas (98%).

Perfil emprendedor en estudiantes de la UNICACH:

Entendemos por perfil emprendedor las habilidades, características y atributos que debe poseer un emprendedor y que le permitirán mayores posibilidades de éxito en sus empresas.

Para medir el perfil emprendedor de los estudiantes la UNICACH se aplicó un cuestionario a 150 alumnos, de las diferentes carreras que oferta la universidad.

La base de este cuestionario es la teoría de que existen tres aspectos esenciales para dar inicio a una nueva empresa:

- La persona correcta
- El momento correcto
- La idea correcta

Para los fines de este trabajo sólo se tomarán en cuenta los dos primeros aspectos, pues únicamente es para conocer si se tiene el perfil de emprendedor y no para conocer si la idea es correcta para implementarla.

Podría pensarse que un estudiante a nivel licenciatura no está en el momento correcto, sobre todo si se toma en cuenta que en nuestro país el promedio de edad de un emprendedor es alrededor de los 40 años.

El cuestionario está dividido en 5 partes: Experiencias, personalidad, adaptabilidad, ciclo de vida y rol. Las tres primeras secciones están diseñadas para evaluar si se es la persona correcta; los dos últimos reconocen si es el momento correcto.

Evaluación de la persona correcta:

La evaluación de la persona correcta se efectúa a través de tres índices: experiencias, Personalidad y adaptabilidad.

Experiencias

El primer índice que se estudió fue la experiencia. Se va a entender por experiencia el conocimiento que se adquiere gracias a la práctica y a la observación.

Es importante identificar la experiencia directa que se ha tenido con la opción de una carrera empresarial. La gente que ha visto a otros iniciar y operar su propia empresa y conocen los requerimientos, son capaces de iniciar su propia empresa con más información. La pregunta 1 y 2 hacen referencia a este aspecto. Las respuestas indican que un poco más del 40% han tenido este tipo de experiencias.

Las experiencias de trabajo con un propietario de una microempresa o con el administrador de una división de una empresa mediana o grande incrementan el conocimiento de problemas opcionales de una empresa y la familiaridad con la realidad operativa de la misma. Dado que las personas frecuentemente trabajan en contacto estrecho con los propietarios, muchas veces tienden a pensar: “si él o ella pueden hacerlo, también puedo hacerlo yo”.

En cuanto a las experiencias de trabajo y conocimientos de operación de una empresa que una persona tiene desde un punto de vista general, se obtuvo que el 14% ha trabajado en pequeñas empresas con trato cercano con el dueño. Sólo el 1% han tenido su propio negocio y han arriesgado su dinero. Un 85% no ha tenido experiencia laboral. Cabe destacar que de los que han tenido una experiencia laboral, el porcentaje mayor es la experiencia en empresas pequeñas o pequeños negocios.



Los emprendedores han sido definidos como personas independientes que consideran difícil operar en estructuras organizacionales tradicionales y que están pensando constantemente en formas nuevas y diferentes de hacer las cosas, siendo, además, personas que gustan de movilidad, flexibilidad y variedad. Aun cuando hay empresarios que no pudieran contestar todas estas preguntas, se ha demostrado que éstas tienden a ser catalizadoras para la creación de una nueva empresa. Las preguntas 7, 8 y 10 indican experiencias en cambios de casa, ciudad, trabajo y otros movimientos. El 12% ha vivido en más de tres ciudades durante su vida, el 2% ha sido despedido de su trabajo por desacuerdos con el jefe y el 14% tienen experiencias en áreas funcionales de la empresa.

La mayoría de los empresarios exitosos indican que el apoyo familiar fue una variable crítica para su éxito. La razón se fundamenta en el hecho de que operar una empresa propia consume mucho tiempo. Las relaciones familiares y personales pueden sufrir deterioro en los primeros años y aun más adelante a menos que los miembros de la familia comprendan las restricciones de tiempo y de carácter financiero que implica la creación y operación de una empresa. Antes de que alguien inicie una empresa debe comentarlo seriamente con sus seres queridos. La pregunta 11 refleja la situación familiar. El 76.54% reconocen el apoyo familiar en el trabajo.

Muchas personas consideran al empresario como una persona excéntrica. Sin embargo, son el liderazgo y la habilidad de formar un nuevo grupo de trabajo lo que distingue a los empresarios exitosos de aquellos que no lo son. Las preguntas 12 y 13 indican experiencias interpersonales y de construcción de grupos. El 85% reconocen la facilidad que tienen para convivir satisfactoriamente con la gente.

Los empresarios exitosos están conscientes de que sus empleados son un activo para el crecimiento de su empresa y de que su éxito se logrará a través de la coordinación del trabajo de los demás. Las habilidades interpersonales son importantes para un empresario en sus contactos externos (proveedores, clientes, acreedores) e internos (empleados).

Los emprendedores son “hacedores”, gustan de la acción, no de la teoría, y tienden a ser exitosos ante retos y problemas. El 52% de los encuestados gustan más de hacer que

planear. Además, saben que tienen control sobre su vida y que ésta no depende de fuerzas externas. Los empresarios sienten que sus acciones influyen en lo que les sucede a ellos y a sus empresas; ellos no culpan a la suerte o a las acciones de otras personas de su éxito o fracaso. Algunas personas creen que son los amos de su propio destino. Otras se ven a sí mismas como peones del destino, y creen que lo que les sucede en la vida es efecto de la suerte o el azar. Aquellos que conforman el primer tipo, que creen que controlan su destino, se denominan internos, mientras que los últimos, que creen que su vida está controlada por fuerzas externas, reciben el nombre de externos. El 81% manejan un sitio de control interno. De manera global, esta variable obtuvo 45% lo que indica que menos de la mitad han tenido las experiencias deseables para ser un emprendedor.

Personalidad

Personalidad es la suma total de las formas en que un individuo reacciona e interactúa con otros. Esto se describe más a menudo en función de los rasgos mensurables de la personalidad que exhibe una persona.

La problemática inicial en la investigación de la personalidad consiste en que si la personalidad de un individuo es resultado de la herencia o del ambiente. No se puede dar una respuesta absoluta a esta interrogante. La personalidad es resultado de ambas influencias e incluso se agrega un tercer factor: la situación. En otras palabras, la personalidad es resultado de factores hereditarios y ambientales. Moderada por las condiciones situacionales.

Por herencia se entienden aquellos factores que quedan determinados en la concepción de un nuevo ser. Si las características de la personalidad fueran completamente dictadas por la herencia, quedarían fijas en el nacimiento y ninguna cantidad de experiencia las podría modificar.

Entre los factores que ejercen presión sobre la formación de la personalidad están la cultura en la que se es criado, el condicionamiento temprano, las normas de la familia, los amigos y grupos sociales y las otras influencias que se experimentan. El ambiente al que se está expuesto desempeña un papel importante en el modelado de la personalidad.

También la situación influye en los efectos de la herencia y el ambiente sobre la personalidad. La personalidad de un individuo, aunque en general sea estable y consistente, sí puede cambiar en diferentes situaciones.

Las preguntas 1, 2 y 3 de la variable personalidad se relacionan con empuje, autoconfianza y tolerancia a la ambigüedad. Los empresarios poseen un alto nivel de confianza en sí mismos y un alto nivel de energía personal. Ellos parecen tener la habilidad de trabajar continuamente por largos periodos y la de tolerar y vivir con niveles moderados y aun altos, de ambigüedad en lo que respecta a seguridad en el trabajo y en su carrera. En el caso de los estudiantes la UNICACH, con un nivel de energía y entusiasmo bueno (3.82). En cuanto a confianza, determinaron que tenían muy buena (4.22) y su comportamiento en situaciones ambiguas también fue evaluado como buena (3.52).

Las preguntas 4, 5, 6 y 7 se relacionan con la habilidad para fijar metas, responsabilidades a largo plazo, competir contra estándares previamente fijados y usar retroalimentación de la ejecución. Todas éstas son características encontradas en los empresarios. En la pregunta 4, el establecimiento de objetivos a largo plazo y sujetarse a ellos logró 3.50 (buena); el establecimiento de objetivos realizables su calificación fue buena (3.42); el establecer sus propios estándares fue evaluado con 3.52 y el gusto por obtener retroalimentación fue muy buena (4.12).

Las preguntas 8, 9, 10, 11 y 12 se relacionan con la adquisición de riesgos y el enfrentamiento a fracasos. Los empresarios son tomadores de riesgo moderado o balanceado. No son ansiosos, tomadores de riesgos descuidados, ni jugadores. Ellos tienden a investigar los problemas antes de tomar decisiones considerando varias soluciones alternativas. Sin embargo, una vez que una decisión ha sido tomada, se apegan a la misma sin estar exageradamente ansiosos por conocer el resultado. Los hombres de empresa apuestan en función de sus habilidades, no están en función de la “diosa fortuna”. Los empresarios consideran el fracaso como una experiencia de aprendizaje; pueden sentirse disgustados, pero nunca vencidos. En estas preguntas, las respuestas de los estudiantes la UNICACH fluctuaron entre buena y muy buena. El promedio de ellas fue 3.75 que corresponde a buena.

Las preguntas 13 y 14 se relacionan con la persistencia a resolver problemas y el uso de recursos. Quizá, más que otra cosa, los empresarios son personas que resuelven problemas persistentemente. Ellos buscan el éxito en los retos y tienen un vigor extenso y determinado para completar tareas. Su fuerte determinación para terminar un trabajo es la causa de que utilicen cualquier recurso disponible para resolver el problema o concluir una tarea. A los emprendedores les gusta identificar y obtener la experiencia necesaria para cumplir con sus metas. En ambas preguntas el resultado fue muy bueno (4.09).

Las preguntas 15, 16, 17, 18 y 19 se relacionan con iniciativa, búsqueda de responsabilidad personal y búsqueda de control interno; los empresarios tienden a creer que tanto sus logros como sus fracasos descansan en su control e influencia. Ellos no creen que el éxito o el trabajo estén determinados por la suerte o por otra circunstancia incontrolable o evento externo.

Los emprendedores buscan y toman la iniciativa poniéndose a sí mismos en situaciones en las que son personalmente responsables del éxito o fracaso de los resultados. Ellos son “hacedores” que llenan vacíos existentes de liderazgo y que gustan de situaciones donde su impacto puede ser medido.

Para los estudiantes la UNICACH, el pensar que sus acciones deciden su futuro tuvo 4.32 (muy buena); el pensar que el éxito o fracaso dependen de uno mismo obtuvo 4.42 (muy buena); el tomar la iniciativa y responsabilizarse de sus acciones bajó la calificación a buena (3.80); la confianza en sí mismo fue muy buena (4.22). Lo interesante que es que el ser un verdadero emprendedor fue buena (3.40), incluso es la más baja de la variable personalidad.

La pregunta 20 se refiere al dinero como medida. Una característica del emprendedor es que ve al dinero (ya sea el salario, utilidad o ganancia de capital) como una medida de lo que ha logrado y una manera de llevar una evaluación de su ejecución más que una forma de adquirir lujo o poder. La calificación para esta pregunta fue buena (3.55) El resultado global fue 3.85 (buena). Ninguna de las carreras tuvo una calificación superior a 4 (muy buena).

Adaptabilidad

Las preguntas 1, 2, 3 y 4 se relacionan con la adaptación a la empresa y a la inversión total. Dos requerimientos primarios para un emprendedor. Los empresarios exitosos dan a sus empresas un sitio prioritario. Ellos tienen la habilidad de estar totalmente inmersos y responsabilizados de sus empresas. En el caso de estos dos requerimientos, los estudiantes de la UNICACH, obtuvieron un resultado global bueno (3.25).

Los resultados fueron muy variados. La pregunta 1, el estar dispuesto a anteponer su trabajo a la familia y los amigos, obtuvo 2.30; la pregunta 2, la disposición a invertir aún con riesgos de perder los ahorros de toda la vida, 3.12; la pregunta 3, la disposición a cambiar el modo de vida, ajustándolo a las necesidades económicas de la nueva empresa, 3.50; y, la pregunta 4, el iniciar una empresa como una forma de vida que le absorberá completamente durante algunos años, 3.82.

Las preguntas 5 y 6 se relacionan con la creatividad y la innovación, dos papeles adicionales requeridos en la creación y operación de una empresa. Los empresarios tienden a evaluar la creatividad y la satisfacción que se deriva de la innovación en el trabajo de una manera más alta que las tareas rutinarias.

La pregunta 5, me gusta imaginarme formas creativas de hacer las cosas, obtuvo 4.0. En cuanto a la pregunta 6, el gusto por pensar en nuevas maneras de hacer nuevas cosas, la calificación fue 3.90.

La pregunta 7 se refiere a la gente, el papel de construcción de equipos de trabajo y sus valores económicos. El empresario exitoso tiene la habilidad de atraer, motivar y formar un equipo cuyas habilidades y conocimientos administrativos sean necesarios para la empresa. Ellos, además, creen en los valores del sistema de libre empresa (utilidades, ganancias de capital, propiedad privada, etc.). En esta pregunta, el resultado fue 3.88.

Las preguntas 8 y 9 atienden a la ética empresarial. Los propietarios de empresas nuevas y pequeñas rara vez son capaces de construir una empresa si la base de la misma es falsa; la mayoría de los microempresarios están grandemente orientados hacia sus clientes y están convencidos de que su reputación en la comunidad es uno de los mayores activos de su compañía. En cuanto a tener un fuerte sentido de la ética

empresarial la calificación fue buena (3.75). La calificación más alta en esta variable (4.22) la logró la pregunta 9 que se refiere a darle mayor valor a la negociación honesta y limpia que obtener dinero rápidamente a expensas de los clientes.

El resultado global fue 3.62 (buena).

La evaluación del momento correcto se efectúa a través de dos índices: ciclo de vida y rol.

Ciclo de vida

La pregunta 1 hace referencia al estado de salud, pues comenzar un nuevo negocio puede ocasionar tensión y requiere de esfuerzo físico. Como era de esperarse, la salud de los estudiantes la UNICACH resultó muy buena (4.20), aunque pudo obtener un resultado más alto.

La pregunta 2 hace referencia al tiempo de que se dispone, pues emprender un nuevo negocio requiere de éste. En esta pregunta la calificación fue 4.2.

Las preguntas 3, 4 y 5 se enfocan a las relaciones familiares y la amistad. El apoyo de la familia, pregunta 3, fue calificado con 4.42. La conciencia del impacto de la actividad de la nueva empresa en la familia y los amigos, pregunta 4, obtuvo 3.80. y, finalmente, la pregunta 5, la disposición a sobrellevar ese impacto logró 4.0.

Las preguntas 6 y 7 pretenden medir la disposición a sacrificar su estilo de vida y otras metas. La calificación para ambas fue buena (4.0 y 3.80, respectivamente). La disposición a arriesgar dinero y soportar la incertidumbre se miden con las preguntas 8 y 9. En la primera de ellas se logró 3.75 y, en la segunda, 3.50.

Los resultados esperados de la empresa en relación a lo esperado en la vida fue 4.30 (pregunta 10). La pregunta número 11 está relacionada con la anterior, pues se plantea qué tanto cree que el poseer una empresa le proporcionará lo que espera de la vida. En este caso fue 3.60.

La última pregunta hace referencia a la claridad del conocimiento de las motivaciones personales para tener una empresa. Los alumnos la UNICACH determinaron que era buena (3.88).

El resultado global de esta variable fue 3.98 (buena).

Rol

Un rol es la función o papel que alguien cumple. En esta investigación se trata de medir qué tan consciente están de su función como emprendedores. El porcentaje global que reconoce su rol como emprendedor es 75.4%.

En esta variable se manifiestan características y actitudes ante el emprendimiento. Se va a presentar los porcentajes que los alumnos dijeron poseer esas características y tener esas actitudes.

La primera pregunta, de manera directa, pregunta si es una persona emprendedora. El 76% dice que sí. Por otra parte, 85% afirma que disfruta adquiriendo responsabilidades.

El 98% establece que le gusta resolver más problemas prácticos que teóricos.

La pregunta 4 obtuvo 82%. Los alumnos afirman que sienten un fuerte deseo de independencia y que les gusta que las cosas giren alrededor de ellos. Al 81% le gusta aceptar desafíos y tomar riesgos adecuados. Al 94% le gusta triunfar por sus propios méritos.

En la pregunta 7, es de sorprender que los estudiantes no estén dispuestos a anteponer a sus familias y amigos por la empresa. De ellos, sólo el 35% pondrían a la empresa como su mayor prioridad.

Al 86% le gusta tomar decisiones y ser el jefe. Las preguntas 9 y 10 se refieren al tiempo. La primera de ellas (75%) se refiere a poder trabajar muchas horas durante largos periodos. La segunda, el poder trabajar muchas horas sin saber si se le retribuirá monetariamente, obtuvo 45%.

Las preguntas 11 y 12 se refieren al establecimiento y seguimiento de las metas. El 82% afirma que establece metas desafiantes que se ajustan a sus habilidades. El 81% da un seguimiento a sus metas y vigila que se realicen las tareas.

El 77% afirman que son una persona con muchas ideas, a las cuales les gusta encontrar nuevas y desafiantes maneras de hacer las cosas. El 81% está dispuesto a dedicarle cierto tiempo a la planeación.

Sólo el 59% dicen ser muy organizados. El 49% consideran que administran correctamente su tiempo. 94% de los estudiantes tienen buenas relaciones con los demás.

Finalmente, el 79% gusta de supervisar a otras personas siendo el líder y quien toma decisiones.

Hasta aquí se han descrito los resultados de las encuestas aplicadas para obtener el perfil emprendedor de los estudiantes la UNICACH.

Perfil emprendedor en maestros de la UNICACH:

Conocer el perfil emprendedor de los maestros de la UNICACH es sumamente importante. Para conocer el perfil se aplicó un cuestionario enfocado básicamente a experiencia, personalidad, adaptabilidad y rol. No se consideró ciclo de vida.

De los maestros encuestados sólo el 30% han participado en un programa emprendedor. El 70%, además de no haber participado

Del 20% que ha participado en algún programa emprendedor, el 10% dijeron haber participado como coordinadores. Ese mismo porcentaje colaboró como instructor y el 10% fueron participantes.

El cuestionario incluía algunos reactivos para analizar la variable experiencia, personalidad, adaptabilidad y rol. A continuación se verán los resultados obtenidos.

Experiencia

Para medir la experiencia se manejaron 4 preguntas cuyas respuestas eran sí o no. De manera global, el 53.49% tiene experiencia que le permite ser un emprendedor.

Analizando pregunta por pregunta. El 45% ha sido dueño de una empresa y ha arriesgado dinero. Esto le permite poder apoyar de una mejor manera al programa emprendedor. Aunque sería preferible que un porcentaje mayor hubiese tenido su propia empresa.

A la pregunta 2, si ha trabajado en pequeñas empresas en contacto directo con el jefe, el 55% lo ha hecho. Esto le da experiencia en algunos aspectos importantes y le da conocimiento para ser un mejor apoyo para los estudiantes.

El 25% han tenido jefes que les han rechazado ideas geniales. Esto nos demuestra la creatividad y la capacidad de querer realizar actividades diferentes.

El 70% manifiesta tener experiencia en áreas funcionales de la empresa. Tanto la pregunta 2 como la 4 demuestran que han sido mayormente empleados que creadores de nuevas empresas o autoempleadores.

Personalidad

Para esta variable se utilizaron ocho preguntas. Esta variable fue la que obtuvo calificaciones más altas (4.25), la cual implica que, los maestros de la UNICACH encuestados, al compararse con otras personas se perciben o clasifican como que tienen una personalidad emprendedora.

La pregunta 1 hace referencia a la confianza en sí mismo. En este aspecto los maestros se evaluaron con 4.95, lo más cercano a la calificación más alta posible. El establecer objetivos a largo plazo y sujetarse a ellos obtuvo 4.25.

La búsqueda de información antes de decidir fue calificada con 4.20, mientras que ver el fracaso como una experiencia y no desalentarse ante él fue evaluado con 4.35.

El gusto por resolver problemas diferentes obtuvo 4.39. El apoyarse en la ayuda de los demás para lograr sus metas es muy importante y en este caso se consideró con 4.40. Piensan que el fracaso o éxito dependen de sí mismos obtuvo 4.20.

La calificación más baja fue en el dinero es importante como medida de éxito, logró 3.20 (regular).

Adaptabilidad

Para esta variable sólo se utilizaron dos preguntas. El promedio de las respuestas da 3.5 que corresponde a regular con tendencia a más alto.

La primera pregunta, si están dispuestos a invertir aun con riesgo de perder los ahorros de su vida, obtuvo una calificación de 3.00.

La pregunta si les gusta imaginarse formas creativas de hacer las cosas obtuvo una calificación más alta 4.10 que implica que está un poco más alto.

Por tanto, la calificación más baja de esta variable está relacionada con el dinero.

Rol

Un rol es la función o papel que alguien cumple. En esta investigación se trata de medir qué tan consiente están los maestros de su función como emprendedores. El porcentaje global que reconoce su rol como emprendedor es 82.39%.

En esta variable se manifiestan características y actitudes ante el emprendimiento. Se van a presentar los porcentajes en que los maestros dijeron poseer esas características y tener esas actitudes.

La primera pregunta, de manera directa, cuestiona si es una persona emprendedora. El 94% dice que sí. Por otra parte, 98% afirma que le gusta resolver más problemas prácticos que teóricos.

El 90% da seguimiento a sus metas y vigila que se realicen las tareas. El 83% se considera una persona con muchas ideas y a la cual le gusta encontrar nuevas y desafiantes maneras de hacer las cosas.

El 90% de los maestros dicen ser muy organizados. El 86% afirman que administran muy bien su tiempo. El 98% califican sus relaciones con los demás muy buenas. En este variable los maestros obtuvieron muy buenos resultados.

Conclusiones

Es necesaria la existencia de un programa que estimule el espíritu emprendedor a la vez que desarrolle la cultura del emprendimiento en los estudiantes universitarios. Vivimos una época que requiere emprender nuevas actividades tendientes al autoempleo. Todos los estudios de la situación actual y las perspectivas del futuro nos ponen en evidencia esa urgente necesidad.

Los alumnos requieren, para salir adelante en este mundo, de una formación que les permita saber ser, saber conceptuar, saber hacer, saber tener, saber innovar y saber emprender.

Se necesita que en nuestro Estado continúe naciendo el emprendedor profesional que permitirá formar empresas con cimientos firmes, que van a permitir el desarrollo de nuestra nación. La característica más importante del emprendedor profesional es la preparación que se obtiene de manera formal.

Tal vez no todos los estudiantes vayan a crear su propia empresa, pero pueden ser emprendedores en donde se desarrollen. Uno de los aprendizajes que se pueden adquirir al crear una empresa es trabajar en equipo, tomar decisiones, desarrollar el liderazgo, desarrollar la habilidad de comunicarse, etc., habilidades que le permitirían a cualquier persona desarrollar mejor en su profesión.

Ser emprendedor implica tener una actitud diferente, de búsqueda, de mejora, de innovación, de realización, de sueños. La actitud emprendedora no se hereda. Es una actitud por la cual se trabaja; es una forma de vida. No basta con tener una actitud valerosa, arrojada, comprometida con lo que se hace, dispuesta al cambio y a la mejora permanente; se necesitan al mismo tiempo habilidades para poder concretar sueños e ideas. No se pueden desarrollar las actitudes, aunque sí se puede sensibilizar, señalarlas y darlas a conocer.

Para lograr todo ello, es determinante tener no sólo la capacidad de soñar, sino una visión, una actitud ganadora y de triunfo, así como una capacidad para llevar esos sueños a la práctica.

La propuesta de esta investigación es que la mayoría de creativos se verán beneficiados si adquieren conocimientos, entrenamiento, aptitud y actitud necesarios para llevar una vida de emprendedores. La vida de emprendedores que se visualiza requiere de capacitar a la gente para buscar oportunidades de agregación de valor y para movilizar a otros hacia la persecución de nuevos valores. En un mundo de asociaciones de emprendedores, tanto las independientes, como las entrelazadas al interior de empresas mayores, una educación que enseñe a generar valor será la adecuada para todos. Esta nueva orientación de la educación, tiene que tener como objetivo, inyectar un nuevo núcleo de disciplinas emprendedoras.

Se debe crear una cultura organizacional emprendedora. Por esa razón, la primera etapa es la sensibilización en la comunidad universitaria; posteriormente, se empieza a desarrollar la cultura organizacional emprendedora proporcionando conocimientos y habilidades. Para esto, la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas debe continuar implementando nuevas materias en los planes de estudios, así como continuar considerando cursos –talleres, conferencias, foros en relación al fomento emprendedor y a la creación de empresas.

Así también, es de vital importancia reimpulsar y divulgar la incubadora de empresas con la cual ya cuenta la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas para que a los alumnos que planeen una empresa desde los estudios o al finalizar los mismos, cuenten con una orientación efectiva y eficaz, que los guiará en las fases de la incubación de una nueva empresa.

Sin embargo se considera que debe existir la actitud, las habilidades y la cultura emprendedora en los alumnos, por lo que la propuesta en esta investigación requiere de la participación de los maestros, la cual es sumamente importante, así también de los coordinadores de cada una de las carreras.

Esta propuesta de crear una cultura organizacional emprendedora en la comunidad universitaria puede dar muy buenos resultados si se toma con responsabilidad y carácter su implementación y que constantemente se esté evaluando.

No se puede enseñar el impulso, ni el ingenio, ni la individualidad. Tampoco se puede enseñar la forma en que trabaja la mente o una personalidad. Pero se puede estimular el espíritu creativo e innovador como atributo indispensable de un futuro empresario.

Bibliografía

ARONSSON, M. “*Education Matters-But Does Entrepreneurship Education*” An Interview with David Birch”. *Academy of Management Learning & Education*, vol. 3, pp. 289-193, 2004

BONFIL BATALLA, GUILLERMO. “*Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados*” en Enrique Florescano (coord.) *El patrimonio nacional de México*, México, CONACULTA-FCE. (Serie historia y antropología). T. I., 1997.

CANTILLON, R., *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica, 1978.

CASTILLEJO, J. L. *La educación como fenómeno, proceso y resultado*. En J. L. Castillejo, G. Vázquez, A. J. Colom, G. y J., 1993.

CASTILLO, Carola. *Identidad corporativa*. <<http://www.rppnet.com.ar/culturaorganizacional.htm>>. [Consulta: 28 de febrero del 201].

COLOM, A. J. (Coord.) (2004). *Teorías e instituciones contemporáneas de la educación*. Barcelona: Ariel.

CÓRTEZ, Giovany. *México requiere de educación emprendedora ante la problemática económica*. <<Http://Www.Emprendedoresenevolucion.Org/Publicaciones/58-Giovany-Cortes-Flores-/91-Educacion-Emprendedora-Para-Mexico-.Html>>. [Consulta: 15 de Febrero de 2011].

EXPLORANDO EL CASO ARGENTINO. México: Informe para el Banco Interamericano de Desarrollo, Biblioteca Felipe Herrera.

FUNDA-PRO (Fundación para la Producción). *Lineamientos para el fomento de una cultura emprendedora*, 2005.

GARMENDIA, J. A. Y PARRA LUNA, F. *Sociología industrial y de los recursos humanos*. Madrid: Taurus Universitaria, 1993.

GARCÍA DE LEÓN Campero, Salvador. “*Los micronegocios en México en el umbral del tercer milenio*”. *Administrare Hoy*. Año IV, Núm. 48, México, abril de 1998. Págs. 6-15.

GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F. J. *Incidencia del Marco Institucional en la Capacidad Emprendedora de los Jóvenes empresarios de Andalucía*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2004.

GARCÍA HOZ, V. (1968). *Principios de Pedagogía Sistemática*. Madrid: Rialp.

GUADIAMOS, Paolo. Espíritu emprendedor. [En Línea]. <<http://www.blogger.com/feeds/866410953532183729/posts/default>>. [Consulta: 18 de febrero del 2011].

HERBERT, R. Y LINK, A. The entrepreneur: mainstream, views and radical critiques. New York: Praeger, 1982.

HERBERT, R. Y LINK, A. In search of the meaning of entrepreneurship. Small Business Economics, 1, 39-49, 1982.

KANTIS, H., ANGELELLI, P. Y GATTO, F. Nuevos emprendimientos y emprendedores: ¿de qué depende su creación y supervivencia?, 2006.

KANTIS, H., ANGELELLI, P. Y KOENIG, V. M. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington, D. C.: The Bank, 2004.

KIRBY, D. A. "Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meet the Challenge?" Education and Training, vol. 46, 8/9, pp. 510-519, 2004

KOONTZ, HAROLD Y HEINZ WEIHRICH. Elementos de Administración. Quinta edición. Chile, Ed. Mc Graw Hill, 1999

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. Madrid: Espasa-Calpe, 2001.

PLANCHARD, E. La pedagogía contemporánea. Madrid: Rialp, 1978.

PÉREZ SERRANO, G. La educación en el horizonte del siglo XXI. Bordón, 46 (4), 423-440, 1994.

PETRUS, A. (Coord.) (1998). Pedagogía Social. Barcelona: Ariel.

SARRAMONA (Coord.), Teoría de la educación (pp. 15-28). Madrid: Taurus.

LIU, S. S. Y DUBINSKY, A. J. (2000): "Institution Entrepreneurship a Panacea for Universities InTransition" European Journal of Marketing, vol. 34, 11/12, pp. 1315-1337.

TIMMONS, Jeffrey. La Mentalidad Empresaria. Tr. Enrique Bein. Argentina, Ed. Sudamericana, 1993.

VECIANA, J. M. Creación de empresas como programa de investigación científica. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8 (3), 11-36, 1999.

<<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/muestra.asp?tema=19&c=1046>>. [Consulta: 15 de Marzo de 2011].

<http://www.boliviaemprendedora.org.bo/public/LST_BIBLIOTECA_RBE_52_archivo.doc>. [Consulta: 23 de abril de 2011].

<http://www.articulosinformativos.com.mx/La_Rentabilidad_Social_Chiapas-r1105921-Chiapas.html>. [Consulta: 17 de marzo de 2011].

<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html#inicio>. [Consulta: 25 de Febrero de 2011].

<<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/174367.htm1>>. [Consulta: 23 de Febrero de 2011].

<<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/174367.html>>. [Consulta: 15 de abril de 2011].

<<http://www.infochiapas.com/2011/04/ubica-inegi-a-chiapas-con-la-menor-tasa-de-desempleo/>>. [Consulta: 17 de abril de 2011].

<<http://www.chiapashoy.com/notashoy/portada/7201.html>>. [Consulta: 23 de Febrero de 2011].

<<http://www.contactodigital.com/noticias/estatal/2331-capacitan-a-asesores-de-planes-de-negocios-del-cendes-de-la-UNICACH-.html>>. [Consulta: 18 de Febrero de 2011].

<<http://www.diariodechiapas.com/noticias/2011042724859/metropoli/encuentro-de-valls-con-participantes-en-el-certamen-de-jovenes-emprendedores>>. [Consulta: 18 de Febrero de 2011].

<<http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2008/07/21/entre-peces-gordos>>. [Consulta: 25 de Febrero de 2011].

Anexos

ANEXO 1. Cuestionario para los alumnos de nuevo ingreso

Tiene como propósito conocer el perfil emprendedor de los estudiantes de nuevo ingreso.

EDAD _____ CARRERA _____ SEXO _____
 ESCUELA DE PROCEDENCIA _____

¿Ha participado en algún Programa Emprendedor? _____ Sí _____ NO
 La experiencia le resultó: ___ Excelente ___ Muy buena ___ Buena ___ Regular

MARQUE CON “X” LA OPCIÓN QUE SE ADAPTE A USTED:

| PREGUNTA | SI | NO |
|--|----|----|
| 1.- Un miembro de su familia es o ha sido propietario de una empresa. | | |
| 2. Tengo amigos que actualmente son dueños de una empresa. | | |
| 3. He trabajado en pequeñas empresas en contacto cercano con el dueño. | | |
| 4. He sido dueño o socio de una empresa y he arriesgado dinero. | | |
| 5. Cuando era niño vendía dulces, periódicos, etc. generando mis propios ingresos. | | |
| 6. He tenido jefes que han rechazado mis ideas geniales. | | |
| 7. Me es fácil convivir satisfactoriamente con la gente. | | |
| 8. Cuando surge un problema tiendo a imaginarme la forma de resolverlo. | | |
| 9. Me gusta más hacer que planear. | | |
| 10. Lo que me sucede es el resultado de lo que yo hago o dejo de hacer, y no se puede atribuir a alguna otra causa fuera de mi control | | |
| 11. Disfruta adquiriendo responsabilidades. | | |
| 12. Le gusta resolver problemas prácticos más que teóricos | | |
| 13. Tiene un fuerte deseo de independencia y de que las cosas giren en torno suyo | | |
| 14. Le gusta aceptar desafíos y tomar riesgos calculados | | |
| 15. Le gusta más triunfar por sus propios méritos. | | |
| 16. Le gusta tomar decisiones y ser el jefe | | |
| 17. Puede trabajar muchas horas durante largos periodos | | |
| 18. Establece metas desafiantes que se ajusten a sus habilidades | | |
| 19. Da un seguimiento a sus metas y vigila que se realicen las tareas. | | |
| 20. Es una persona con muchas ideas y a la cual le gusta encontrar nuevas y desafiantes maneras de hacer las cosas | | |
| 21. Está dispuesto a dedicarle cierto tiempo a la planeación | | |
| 22. Es muy organizado | | |
| 23. Administra correctamente su tiempo | | |
| 24. Sus relaciones con los demás son buenas | | |
| 25. Gusta de supervisar a otras personas siendo el líder y quien toma las decisiones. | | |

PARA CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PIENSE ACERCA DE USTED MISMO CON RESPECTO A LAS DEMÁS PERSONAS QUE CONOCE Y CLASIFIQUESE EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5, SIENDO 1 LA CLASIFICACIÓN DADA PARA “MENOR” O MÁS BAJO QUE LOS OTROS, 3 “IGUAL” Y 5 “MAYOR” QUE OTROS.

| PREGUNTA | En comparación con otros estoy | | | | |
|--|--------------------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Tengo un alto nivel de energía y entusiasmo | | | | | |
| 2. Tengo confianza en mí mismo | | | | | |
| 3. Me comporto con calma en situaciones ambiguas o inciertas | | | | | |
| 4. Establezco objetivos a largo plazo y me sujeto a ellos | | | | | |
| 5. Me gusta obtener retroalimentación de mi trabajo | | | | | |
| 6. No creo en soluciones perfectas, creo en la mejor solución | | | | | |
| 7. Obtengo suficiente información antes de tomar una decisión | | | | | |
| 8. No me pongo nervioso por las consecuencias de mis decisiones | | | | | |
| 9. Veo el fracaso como una experiencia y no me desaliento | | | | | |
| 10. Me gusta resolver problemas diferentes. Me aburre la rutina. | | | | | |
| 11. Busco ayuda de los demás si la necesito para cumplir mis metas | | | | | |
| 12. Pienso que mi éxito o fracaso dependen de mí mismo | | | | | |
| 13. Me coloco en situaciones donde tomo la iniciativa y me hago responsable del éxito o fracaso. | | | | | |
| 14. Confío en sí mismo. | | | | | |
| 15. Soy un verdadero emprendedor. | | | | | |
| 16. Estoy dispuesto a anteponer mi trabajo a la familia y los amigos. | | | | | |
| 17. Estoy dispuesto a invertir aun con riesgo de perder los ahorros de mi vida. | | | | | |
| 18. Estoy dispuesto a cambiar mi modo de vida, ajustándolo a las necesidades económicas de la nueva empresa. | | | | | |
| 19. Veo el iniciar una empresa como una forma de vida que me absorberá completamente durante algunos años. | | | | | |
| 20. Me gusta imaginarme formas creativas de hacer las cosas. | | | | | |
| 21. No me gusta hacer las tareas, sino pensar en nuevas maneras de hacer nuevas cosas. | | | | | |
| 22. Me gusta trabajar con personas como equipo y obtener utilidades de mi trabajo y el de mis empleados. | | | | | |
| 23. Tengo fuerte sentido de la ética empresarial. | | | | | |
| 24. Para mí tiene más valor la negociación honesta y limpia que obtener dinero rápidamente a expensas de mis clientes. | | | | | |

ANEXO 2. Cuestionario perfil de emprendedor en estudiantes inscritos

EDAD _____ CARRERA _____ SEMESTRE _____ SEXO _____

MARQUE CON “X” LA OPCIÓN QUE SE ADAPTE A USTED:

| PREGUNTA | SI | NO |
|---|----|----|
| 1. Un miembro de su familia es o ha sido propietario de una empresa. | | |
| 2. Tengo amigos que actualmente son dueños de una empresa. | | |
| 3. He trabajado en pequeñas empresas en contacto cercano con el dueño. | | |
| 4. He sido dueño o socio de una empresa y he arriesgado dinero. | | |
| 5. He trabajado en una división grande en contacto con el jefe. | | |
| 6. Cuando era niño vendía dulces, periódicos, etc. generando mis propios ingresos. | | |
| 7. He vivido en tres o más ciudades durante toda mi vida. | | |
| 8. He sido despedido de mi trabajo por desacuerdos con mi jefe. | | |
| 9. He tenido jefes que han rechazado mis ideas geniales. | | |
| 10. Tengo experiencia en áreas funcionales de la empresa. | | |
| 11. Mi familia me apoya en mi trabajo. | | |
| 12. Mis subordinados me respetan y trabajan duro conmigo. | | |
| 13. Me es fácil convivir satisfactoriamente con la gente. | | |
| 14. Cuando surge un problema tiendo a imaginarme la forma de resolverlo. | | |
| 15. Me gusta más hacer que planear. | | |
| 16. Lo que me sucede es el resultado de lo que yo hago o dejo de hacer, y no se puede atribuir a alguna otra causa fuera de mi control. | | |

PARA CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PIENSE ACERCA DE USTED MISMO CON RESPECTO A LAS DEMÁS PERSONAS QUE CONOCE Y CLASIFIQUESE EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5, SIENDO 1 LA CLASIFICACIÓN DADA PARA “MENOR” O MÁS BAJO QUE LOS OTROS, 3 “IGUAL” Y 5 “MAYOR” QUE OTROS.

| PERSONALIDAD | En comparación con otros estoy | | | | |
|--|--------------------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PREGUNTA | | | | | |
| 1. Tengo un alto nivel de energía y entusiasmo. | | | | | |
| 2. Tengo confianza en mí mismo. | | | | | |
| 3. Me comporto con calma en situaciones ambiguas o inciertas. | | | | | |
| 4. Establezco objetivos a largo plazo y me sujeto a ellos. | | | | | |
| 5. Establezco objetivos realizables, aunque crea que restringen mis habilidades | | | | | |
| 6. Me gusta establecer mis propios estándares. | | | | | |
| 7. Me gusta obtener retroalimentación de mi trabajo. | | | | | |
| 8. No creo en soluciones perfectas, creo en la mejor solución. | | | | | |
| 9. Obtengo suficiente información antes de tomar una decisión | | | | | |
| 10. Prefiero juego en que utilice mis habilidades para ganar y no los de azar | | | | | |
| 11. No me pongo nervioso por las consecuencias de mis decisiones | | | | | |
| 12. Veo el fracaso como una experiencia y no me desaliento. | | | | | |
| 13. Me gusta resolver problemas diferentes. Me aburre la rutina. | | | | | |
| 14. Busco ayuda de los demás si la necesito para cumplir mis metas. | | | | | |
| 15. Pienso que mis acciones, no el destino ni la suerte deciden mi futuro | | | | | |
| 16. Pienso que mi éxito o fracaso dependen de mí mismo. | | | | | |
| 17. Me coloco en situaciones donde tomo la iniciativa y me hago responsable del éxito o fracaso. | | | | | |
| 18. Confío en sí mismo. | | | | | |
| 19. Soy un verdadero emprendedor. | | | | | |
| 20. El dinero me es importante como medida de mi éxito. | | | | | |

| ADAPTABILIDAD | En comparación con otros estoy | | | | |
|---|--------------------------------|---|---|---|---|
| PREGUNTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Estoy dispuesto a anteponer mi trabajo a la familia y los amigos. | | | | | |
| 2. Estoy dispuesto a invertir aun con riesgo de perder los ahorros de mi vida. | | | | | |
| 3. Estoy dispuesto a cambiar mi modo de vida, ajustándolo a las necesidades económicas de la nueva empresa. | | | | | |
| 4. Veo el iniciar una empresa como una forma de vida que me absorberá completamente durante algunos años. | | | | | |
| 5. Me gusta imaginarme formas creativas de hacer las cosas. | | | | | |
| 6. No me gusta hacer las tareas, sino pensar en nuevas maneras de hacer nuevas cosas. | | | | | |
| 7. Me gusta trabajar con personas como equipo y obtener utilidades de mi trabajo y el de mis empleados. | | | | | |
| 8. Tengo fuerte sentido de la ética empresarial. | | | | | |
| 9. Para mí tiene más valor la negociación honesta y limpia que obtener dinero rápidamente a expensas de mis clientes. | | | | | |

AL CONTESTAR ESTAS PREGUNTAS PIENSE CUIDADOSAMENTE ACERCA DE CUÁN LISTO ESTÁ PARA INICIAR SU PROPIA EMPRESA, DE ACUERDO CON LAS INTERROGANTES QUE SE LE PRESENTAN, CIRCULANDO EL RANGO EN EL QUE SE CONSIDERE MÁS APTO SEGÚN LA ESCALA (1 ES BAJO, 5 ALTO).

| CICLO DE VIDA | En comparación con otros estoy | | | | |
|--|--------------------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PREGUNTA | | | | | |
| Comenzar un nuevo negocio puede ocasionar tensión, requiere de esfuerzo físico. ¿Cómo considera su salud de acuerdo a las demandas físicas de su empresa? | | | | | |
| Al iniciar una nueva empresa se requiere invertir mucho tiempo. ¿Se considera capaz para obtener el tiempo necesario? | | | | | |
| ¿Qué tanto apoya su familia la idea de que inicie una nueva empresa? | | | | | |
| ¿Qué tan consciente está del impacto que la actividad de su nueva empresa tendrá sobre su familia y sus amigos? | | | | | |
| ¿Qué tan dispuesto está a sobrellevar ese impacto? | | | | | |
| ¿Qué tan dispuesto está a sacrificar su estilo de vida actual (vacaciones, tiempo libre, etc.) durante algunos años por motivo de su empresa? | | | | | |
| ¿Qué tan consciente está de las otras metas personales y deseos que tendrá que sacrificar al comenzar su nueva empresa? | | | | | |
| ¿Qué tan dispuesto está a vivir la incertidumbre e inseguridad que trae consigo el tener una empresa? | | | | | |
| ¿Qué tan dispuesto está a arriesgar sus ahorros e inversiones en su nueva empresa? | | | | | |
| ¿Qué resultados espera que su empresa le proporcione respecto a lo que espera de la vida? | | | | | |
| ¿Qué tanto cree que el poseer una empresa (aun cuando ésta no alcance expectativas de utilidades) le proporcionará lo que usted realmente espera de la vida? | | | | | |
| ¿Qué tan claro es su conocimiento de sus motivaciones personales para tener una empresa? | | | | | |

| ROL | En comparación con otros estoy | | | | |
|---|--------------------------------|---|---|---|---|
| PREGUNTA | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Es una persona emprendedora. | | | | | |
| 2. Disfruta adquiriendo responsabilidades. | | | | | |
| 3. Le gusta resolver problemas prácticos más que teóricos. | | | | | |
| 4. Tiene un fuerte deseo de independencia y de que las cosas giren en torno suyo. | | | | | |
| 5. Le gusta aceptar desafíos y tomar riesgos calculados. | | | | | |
| 6. Le gusta más triunfar por sus propios méritos. | | | | | |
| 7. Desea hacer de su empresa su mayor prioridad, anteponiéndola a la familia y los amigos. | | | | | |
| 8. Le gusta tomar decisiones y ser el jefe. | | | | | |
| 9. Puede trabajar muchas horas durante largos periodos. | | | | | |
| 10. Puede trabajar muchas horas sin saber si le retribuirá monetariamente. | | | | | |
| 11. Establece metas desafiantes que se ajusten a sus habilidades. | | | | | |
| 12. Da un seguimiento a sus metas y vigila que se realicen las tareas. | | | | | |
| 13. Es una persona con muchas ideas y a la cual le gusta encontrar nuevas y desafiantes maneras de hacer las cosas. | | | | | |
| 14. Está dispuesto a dedicarle cierto tiempo a la planeación. | | | | | |
| 15. Es muy organizado. | | | | | |
| 16. Administra correctamente su tiempo. | | | | | |
| 17. Sus relaciones con los demás son buenas. | | | | | |
| 18. Gusta de supervisar a otras personas siendo el líder y quien toma las decisiones. | | | | | |

ANEXO 3. Cuestionario para Maestros de la Universidad de Ciencias
y Artes de Chiapas

SEXO:_____ ANTIGÜEDAD EN LA UNICACH: _____

ULT. GRADO DE ESTUDIOS:_____ COORDINACIÓN:_____

MAESTRO(A): TIEMPO COMPLETA ()
 MEDIO TIEMPO ()
 HORAS SUELTAS ()

LE AGRADECEREMOS CONTESTE EL SIGUIENTE CUESTIONARIO QUE SERÁ DE MUCHA UTILIDAD PARA UNA INVESTIGACIÓN QUE ESTAMOS REALIZANDO.

1. ¿Ha participado en algún programa emprendedor? ___ SÍ ___ NO

(Si su respuesta es no, pase a la pregunta número 3)

2. ¿Qué actividad ha realizado?

_____ Participante _____ instructor _____ Coordinador

_____ Otro Especifique _____

3. Considera que implementar un programa emprendedor en la UNICACH:

_____ No es necesario en la formación de los estudiantes

_____ Debe ser un programa optativo

_____ Debe ser un programa obligatorio

4. ¿Le interesaría participar en la implementación de un Programa Emprendedor?

_____ SÍ _____ NO

5. ¿Qué actividad le gustaría realizar?

_____ Coordinador del Programa en mi departamento

_____ Asesor de administración _____ Asesor en finanzas

_____ Asesor de mercadotecnia _____ Asesor técnico o de producción

_____ Promotor del Programa

MARQUE CON “X” LA OPCIÓN QUE SE ADAPTE A USTED:

| PREGUNTA | SI | NO |
|---|----|----|
| 1. He sido dueño o socio de una empresa y he arriesgado dinero. | | |
| 2. He trabajado en pequeñas empresas en contacto cercano con el dueño. | | |
| 3. He sido despedido de mi trabajo por desacuerdos con mi jefe. | | |
| 4. He tenido jefes que han rechazado mis ideas geniales | | |
| 5. Tengo experiencia en áreas funcionales de la empresa. | | |
| 6. Me es fácil convivir satisfactoriamente con la gente. | | |
| 7. Cuando surge un problema tiendo a imaginarme la forma de resolverlo | | |
| 8. Le gusta resolver problemas prácticos más que teóricos. | | |
| 9. Puede trabajar muchas horas durante largos periodos. | | |
| 10. Da un seguimiento a sus metas y vigila que se realicen las tareas | | |
| 11. Es una persona con muchas ideas y a la cual le gusta encontrar nuevas y desafiantes maneras de hacer las cosas. | | |
| 12. Es muy organizado | | |
| 13. Administra correctamente su tiempo | | |
| 14. Sus relaciones con los demás son buenas. | | |
| 15. Gusta de supervisar a otras personas siendo el líder y quien toma las decisiones | | |

PARA CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PIENSE ACERCA DE USTED MISMO CON RESPECTO A LAS DEMÁS PERSONAS QUE CONOCE Y CLASIFIQUESE EN UNA ESCALA DEL 1 AL 5, SIENDO 1 LA CLASIFICACIÓN DADA PARA “MENOR” O MÁS BAJO QUE LOS OTROS, 3 “IGUAL” Y 5 “MAYOR” QUE OTROS.

| PREGUNTA | En comparación con otros estoy | | | | |
|--|--------------------------------|---|-------|----------|---|
| | MAS BAJO | | IGUAL | MAS ALTO | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Tengo confianza en mí mismo | | | | | |
| 2. Me comporto con calma en situaciones ambiguas o inciertas | | | | | |
| 3. Establezco objetivos a largo plazo y me sujeto a ellos | | | | | |
| 4. Establezco objetivos realizables, aunque crea que restringen mis habilidades. | | | | | |
| 5. Obtengo suficiente información antes de tomar una decisión | | | | | |
| 6. Veo el fracaso como una experiencia y no me desaliento | | | | | |
| 7. Me gusta resolver problemas diferentes. Me aburre la rutina. | | | | | |
| 8. Busco ayuda de los demás si la necesito para cumplir mis metas | | | | | |
| 9. Pienso que mi éxito o fracaso dependen de mí mismo. | | | | | |
| 10. Confío en sí mismo. | | | | | |
| 11. Soy un verdadero emprendedor. | | | | | |
| 12. El dinero me es importante como medida de mi éxito | | | | | |
| 13. Estoy dispuesto a invertir aun con riesgo de perder los ahorros de mi vida. | | | | | |
| 14. Me gusta imaginarme formas creativas de hacer las cosas. | | | | | |