

PERCEPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES

Área de investigación: Educación en contaduría, administración e informática

Yessica Lara Soto

Universidad de Sonora
México
ylaras@nogales.uson.mx

María Guadalupe Torres Figueroa

Universidad de Sonora
México
gtorres@nogales.uson.mx

Laura Delia Mendoza Olea

Universidad de Sonora
México
laurad@nogales.uson.mx

XX
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA





PERCEPCIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES

Resumen

Las Universidades hoy en día tienen el compromiso de dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse; el entorno laboral demanda, profesionistas que sean capaces de generar nuevas alternativas de empleo y autoempleo a través, principalmente, del gestión de proyectos viables que contribuyan a la formación y fortalecimiento de empresas, factor potenciador del crecimiento y desarrollo económico de los países. Definir el perfil emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales y reconocer el impacto que tiene en su futuro desempeño laboral, lleva a las universidades a desarrollar acciones para vincular sus programas con el desarrollo de prácticas y/o proyectos emprendedores, que fortalezcan en sus egresados el perfil empresarial. En la presente investigación se busca identificar la percepción que los estudiantes de Negocios y Comercio Internacionales tienen respecto a su formación como profesionistas emprendedores.

Palabras Clave: Perfil emprendedor, Estudiante, Formación emprendedora





Introducción

El ambiente globalizado en el que egresan las nuevas generaciones de profesionistas exige a las instituciones educativas y a los diferentes niveles de gobierno, definir perfiles emprendedores y programas de apoyo que permitan a los egresados tener alternativas de empleo y autoempleo, a través del desarrollo de proyectos viables. Lo anterior contribuye a la formación y fortalecimiento de empresas, brindando oportunidades de empleo e incremento de los niveles productivos del entorno.

Considerando las recomendaciones de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), México promueve a través del sistema educativo acciones encaminadas a desarrollar el máximo potencial de los estudiantes que habrán de incorporarse al mercado laboral. De igual forma, investigaciones nacionales e internacionales resaltan el impacto que tiene el profesionista **emprendedor** en el desarrollo económico de los países.

Las universidades hoy en día se han constituido como plataformas idóneas para la puesta en marcha de programas específicos de formación empresarial, fomento y estímulo de aptitudes emprendedoras para alumnos y docentes, con la finalidad de poner en relación sus instrumentos y herramientas con los programas y estímulos gubernamentales para la creación de empresas; constituyéndose los programas universitarios como marcos generales y metodologías para el desarrollo de programas de fomento de cultura empresarial y emprendedora.

La promoción al emprendimiento es una acción de política pública que se ha venido incorporando en los últimos años como estrategia para unir al sector productivo con aquellos segmentos de la Población Económicamente Activa (PEA) que no encuentran un espacio en el mercado laboral.

En el caso de México, de acuerdo con el Estudio Monitor Global de la Actividad Emprendedora, (2011), el perfil emprendedor está conformado por adultos jóvenes de entre 25 y 44 años, con educación media superior, dentro del segmento de población con ingreso medio y que en muchos casos tienen además otro empleo. La tasa de actividad emprendedora en México se ubica en el 9.6 %, tasa que coloca al país por debajo del nivel bajo de los países en desarrollo. México, consciente de la necesidad de aprovechar las oportunidades internacionales y de su propia responsabilidad global, como se establece en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, decide crear estrategias para el impulso de nuevos negocios, ejemplo de ello es la creación de organismos como el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), cuyo objetivo es “instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial”. Por otro lado, los modelos de incubación reconocidos por la Secretaría de Economía, que promueven el emprendedurismo,





basan su estrategia de formación de emprendedores en el Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE).

La presente investigación se desarrolló bajo el paradigma cuantitativo, con enfoque descriptivo y diseño transversal, con el objeto de identificar la percepción que tienen respecto a su formación como emprendedores los estudiantes de quinto y séptimo semestres de la carrera de Negocios y Comercio Internacionales, de la Universidad de Sonora, campus Nogales. Se utilizó la técnica de encuesta a través de la aplicación de un cuestionario a partir del modelo de Rodrigo Varela V. “Características Empresariales”, y el modelo planteado por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). A través del trabajo de investigación se logró identificar el grado en que los estudiantes reconocen en su formación, características de un perfil emprendedor, como un elemento para convertirse en profesionistas con características que inciden positivamente en el contexto en el que habrán de desempeñarse profesionalmente.



Antecedentes

Las políticas de desarrollo empresarial, que han implementado los países de América Latina, registran significativas transformaciones, que procuran el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad en los profesionistas egresados de las instituciones de educación superior, así como el impulso de los diferentes sectores económicos de los países. Dando la debida importancia a la actividad empresarial y los beneficios que esta otorga a la sociedad en su conjunto, como es la generación de empleos y autoempleos, pago de contribuciones y fomento de la cultura emprendedora. “Prueba de ello es que en los últimos años han surgido numerosos programas de creación de nuevas empresas y de fomento del espíritu empresarial, tanto a nivel nacional como en ámbitos municipales, con frecuencia desarrollados por entidades privadas pero contando también con apoyo público” (Kantis, Angelelli y Moori 2006).

El estudio Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2011 (GEN), hace mención que en México 43.5% de la población adulta percibe oportunidades de negocio y 60.6% siente que tiene las habilidades requeridas para iniciar una empresa, pero sólo 26.6% reconoce que el miedo al fracaso le impide hacerlo; en general, el 24.2% tiene intenciones reales de emprender. Los datos de la actividad emprendedora muestran que 5.7% de la población adulta en México tiene una empresa naciente y 4% una empresa nueva, por lo que la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) se ubica en 9.6%; una tasa que coloca a México por debajo de la media de su grupo de desarrollo.

La mayor parte de los emprendedores lo hacen por oportunidad, ya sea para aumentar sus ingresos o para tener mayor independencia; sin embargo, la orientación de las nuevas empresas en México se da principalmente en actividades enfocadas al consumidor y en menor proporción en aquellas de mayor valor agregado como son las de transformación. Por esta razón el impacto tiende a ser bajo, ya que se trata de empresas que en su mayoría innovan poco, tienen bajo grado de internacionalización y bajas expectativas en cuanto a la generación de empleos





(Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2011).

El estudio Monitor Global de la Actividad Emprendedora, (2011), coincide con otros estudios en el hecho de que en México son incipientes los esfuerzos por desarrollar una cultura emprendedora en los alumnos. Si bien, en el nivel universitario son cada vez más las instituciones que incorporan programas para promover el emprendedurismo como una alternativa de desarrollo profesional, pero aún no se tiene impacto en la creación de nuevas empresas, debido a algunos elementos como la falta de profesores con los conocimientos adecuados para transmitir metodologías para iniciar un negocio.



Como se mencionó anteriormente, México, consciente de la necesidad de aprovechar las oportunidades internacionales, emprende acciones tendientes a atender recomendaciones de organismos internacionales, a través de distintas instancias de los tres órdenes de gobierno, como la Secretaría de Economía, dependencia del Gobierno Federal, que promueve e instrumenta políticas públicas y programas orientados a detonar la competitividad y las inversiones productivas, mediante el fomento a la creación, desarrollo y consolidación de empresas, así como el impulso a la cultura emprendedora. Respecto a lo anterior, corresponde a la Secretaría de Educación Pública, garantizar que los planes y programas de estudio sean pertinentes y contribuyan a que los estudiantes puedan avanzar exitosamente en su trayectoria educativa, al tiempo que desarrollen aprendizajes significativos y competencias que les sirvan a lo largo de la vida, entre las que destaca, la cultura emprendedora.



En ese mismo esfuerzo, se crea el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, con el objetivo de instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial (INADEM, 2013).

Planteamiento

Algunos organismos nacionales e internacionales de educación superior en las últimas décadas han replanteado sus políticas y estrategias educativas, a fin de responder a las exigencias que plantean los cambios acelerados en lo social, económico, geográfico, cultural y demográfico, a los que se enfrentarán los próximos profesionistas egresados de las universidades (ANUIES, 2000).

En el contexto económico la globalización también ha propiciado acelerados cambios, las nuevas estructuras en las organizaciones, el aumento del comercio y los negocios aumenta día con día y son flexibles a los tratados y acuerdos comerciales internacionales, por lo que las instituciones de educación superior tienen como objetivo formar profesionistas que se adapten a estos cambios y se ha





visto reflejado directamente en los planes y programas de estudio enfocados a formar profesionistas responsables, tolerantes, con capacidad de adaptabilidad a los cambios, habilidad de trabajo en equipo, sensibilidad social y con actitud emprendedora hacia proyectos profesionales.

Buscando dar respuesta a las nuevas necesidades del entorno laboral, que demandaba profesionistas en el área de los Negocios y Comercio Internacionales con conocimientos en economía, administración, finanzas, mercadotecnia y derecho, en el año de 2004 la Universidad de Sonora (Campus Nogales) inicia con el programa de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales (LNCI), para egresar profesionistas que se insertaran laboralmente en las empresas de la localidad y generar nuevas alternativas de negocios y empleos. Actualmente la dinámica del mercado ha diversificado las exigencias que se presentan a los profesionistas y los egresados de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales no son excepción, requieren cumplir con determinados estándares de competitividad profesional.



La investigación respecto a la percepción de los estudiantes de Negocios y Comercio Internacionales en la Universidad de Sonora, campus Nogales, nace de la necesidad de conocer en qué medida las características emprendedoras de los estudiantes formados en la carrera de LNCI les permite responder a las demandas del sector en que habrán de desempeñarse como futuros profesionistas; específicamente se busca identificar la percepción que los estudiantes tienen de ello, hacer una comparación con el perfil de los programas establecidos de acuerdo con la política gubernamental para el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como determinar las necesidades de formación.



El programa vigente de la LNCI de la Universidad de Sonora, establece el perfil de egreso de la siguiente manera: “el licenciado en Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora, es un profesionista responsable, tolerante y comprometido con el desarrollo social de su entorno, capaz de incidir de manera variada y eficiente en los diferentes ámbitos de los negocios”.

Considerando el aspecto normativo institucional de la Universidad de Sonora docentes de la Academia de Negocios y Comercio Internacionales, en correspondencia con el compromiso de desarrollar actividades que impacten positivamente en el desarrollo profesional del futuro egresado de negocios, a través de este proyecto pretenden que los resultados incidan en estrategias para mejora del perfil del alumno de LNCI y así mismo se generen nuevas líneas de investigación del área de trabajo del programa educativo.

El primer planteamiento que se hace es considerar que los alumnos de la licenciatura en estudio, efectivamente poseen características de un perfil emprendedor de acuerdo con el perfil planteado en los programas de la política gubernamental para el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas y que reconoce la importancia de un perfil emprendedor para su futuro profesional.





Justificación

El programa vigente de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales (LNCI) de la Universidad de Sonora, establece el perfil de egreso de la siguiente manera: “el licenciado en Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora, es un profesionista responsable, tolerante y comprometido con el desarrollo social de su entorno, capaz de incidir de manera variada y eficiente en los diferentes ámbitos de los negocios; sus conocimientos, habilidades y actitudes le permitirán:

1. Identificar oportunidades de negocios
2. Crear oportunidades de negocios
3. Implementar los procesos administrativos, legales y de logística necesarios para el desarrollo de un negocio
4. Desempeñarse como consultor en materia de negocios internacionales
5. Evaluar el desempeño de las empresas en los mercados internacionales
6. Capacidad para establecer y conservar relaciones
7. Capacidad para conseguir conformidad entre las partes involucradas en el cumplimiento de alguna tarea” (Portal-UNISON, 2013).

La creación de empresas es considerada una variable fundamental para el desarrollo económico, tal como lo han remarcado diversos organismos relevantes como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el World Economic Forum e investigaciones internacionales como el Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2011.

“La OCDE ha emitido una serie de recomendaciones a todos los países miembros, en el caso de México, se enfocan principalmente en satisfacer la necesidad de un sistema educativo y de capacitación más eficaz que permita a la comunidad laboral alcanzar su pleno potencial y mejorar su desempeño y productividad general (OCDE, 2012).” Durante la última década ha habido un creciente interés por el Emprendimiento.

Debemos considerar que el emprendimiento juega un rol más importante que la simple creación de empleo o el de desarrollo económico. Su impacto es mucho más profundo y se enmarca en el empoderamiento de los miembros de la sociedad hacia el desplegar sus capacidades en varios ámbitos, donde la capacidad emprendedora entrenada es una ventaja. Y esto va desde la participación ciudadana hasta el apoyo a las organizaciones no gubernamentales (ONGs). Si bien la educación es la principal proveedora de la capacidad de movilidad social y también lo son las experiencias de vida, por ello el emprendimiento se muestra como una de las herramientas más poderosas para lograrla. El empuje y la capacidad de ponerse metas presente en todos los casos son siempre el eje de la vida de un emprendedor, y el esfuerzo de los autores de lograr tener testimonios de este tipo –siempre muy escasos- son sin duda un oportunidad inestimable para los profesores de cursos de emprendimiento y para los alumnos de poder palpar la diversidad y la similitud de nuestra realidad latinoamericana. (Amorós, 2012).





De acuerdo con la OCDE (2012) México ha logrado avances importantes en la aplicación y fortalecimiento de su sistema educativo durante la última década. Sin embargo, el sistema aún enfrenta retos importantes relacionados con la matrícula de los estudiantes, su rendimiento y la transición al mercado laboral. Esto requiere importantes reformas adicionales, en particular, para apoyar mejor a las escuelas y los docentes en el cumplimiento de sus tareas, fomentar la educación y formación tecnológicas y hacer que la educación superior sea más accesible y pertinente para los estudiantes. Aun cuando en el pasado se tomaron medidas, no siempre se obtuvieron los resultados esperados debido principalmente a deficiencias estructurales del propio sistema; actualmente el Gobierno Federal ha impulsado iniciativas de reforma tendientes a mejorar las condiciones generales del sistema educativo, aunque se reconoce la importancia de dar seguimiento de su efectiva implementación (OCDE, 2012).



Entre otras estrategias del Gobierno Federal actual, impulsadas por el Presidente Enrique Peña Nieto, se encuentra la creación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), que establece cuatro líneas estratégicas de acción:

- Apoyo a la inserción exitosa de las PYMES: Apoyar la inserción exitosa de las MIPYMES a los sectores estratégicos definidos conjuntamente por la Secretaría de Economía, los de mayor dinamismo, con mayor potencial de crecimiento, generación de empleo y participación de valor agregado en las cadenas de exportación.
- Detonar proyectos productivos: acordes a las vocaciones productivas y las mayores ventajas competitivas regionales que tiene nuestro país, aprovechando para ello, la política de desarrollo regional que impulsará la Secretaría de Economía.
- Fortalecer el ecosistema de financiamiento: mediante la diversificación y la facilitación de acceso al crédito, con lo que se busca que el financiamiento llegue efectivamente a las MIPYMES y a los emprendedores.
- Inculcar una nueva cultura emprendedora y empresarial: basada en la innovación, para transitar hacia una economía en la que el conocimiento, la ciencia la tecnología aplicada sirvan como generadores de riqueza y bienestar para los mexicanos.



Las líneas de acción del INADEM buscan consolidar el sector el de las micro, pequeñas y medianas empresas de México, y junto al esfuerzo que hacen los otros organismos antes descritos, representan una oportunidad para las instituciones de educación superior, de conjugar esfuerzos con el Gobierno Federal para egresar profesionistas que puedan contribuir a la consolidación de este sector mediante ideas de negocios nuevas e innovadoras generación de empleos a beneficios de la sociedad; el compromiso de las instituciones de educación superior es, entonces, dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse.

Algunos aspectos que han impulsado la presente investigación hacen referencia a la normatividad académica de la Universidad de Sonora, la cual establece el





desarrollo de academias con el objetivo de promover e impulsar actividades de investigación, así como vincular esta función con la docencia y la extensión. La academia de Negocios y Comercio Internacionales tiene como compromiso desarrollar actividades que impacten positivamente en el desarrollo profesional del futuro profesionista de negocios, es ahí donde se circunscribe este proyecto que pretende que los resultados incidan en estrategias para mejora del perfil del alumno de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales y así mismo se generen nuevas líneas investigación del área de trabajo del programa educativo. También se pretende dar soporte a las líneas de del Cuerpo Académico Estudios Sociales de la Frontera Norte de México y que emerjan investigaciones que aporten nuevo conocimiento a la economía de la región, desarrollando estudios en el área empresarial del sector de las pequeñas y medianas empresas.



Objetivos

- Conocer el nivel de percepción que tiene el alumno sobre sí mismo.
- Identificar la percepción del estudiante como emprendedor en relación al conocimiento de la información institucional relacionada al emprendimiento
- Identificar si la percepción del estudiante como emprendedor depende del conocimiento de la información institucional relacionada al emprendimiento.
- Conocer cómo influye labor docente en las características emprendedoras del estudiante.
- Evaluar el perfil emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales, con base al perfil planteado en los programas de la política gubernamental para el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas.



Hipótesis:

Los alumnos de los últimos semestres de la licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales poseen características de un perfil emprendedor, se perciben como emprendedores y reconocen la importancia de emprender en su futuro desempeño profesional.

Delimitación y limitación del tema

Se trabajó con alumnos inscritos en quinto y séptimo semestre del programa educativo durante el periodo de noviembre- diciembre de 2014.

Las limitantes en el desarrollo de la investigación se relacionaron principalmente con la disposición del estudiante para participar y responder objetivamente en la aplicación de los recursos e instrumentos de investigación.





Marco teórico

Alcaraz (2011), define emprender como un término que tiene múltiples acepciones, según en el contexto en que sea ubicado. En el área de los negocios el emprendedor es el empresario, el propietario de una empresa comercial con fines de lucro. Menciona que emprender es un concepto que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos.

Por lo que emprendedor lo define como persona con alto grado de confianza en sí mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el empleo de recursos para alcanzar los objetivos. En este contexto, asume el riesgo inherente a su toma de decisiones y persevera en la puesta en marcha de su proyecto.

Así mismo, menciona que el emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, si no también hacerlo con éxito, entre las que menciona: creatividad e innovación, confianza en el sí mismo de sus capacidades, perseverancia, capacidad para manejar problemas, aceptación al riesgo.

Alcaraz (2011), clasifica a los emprendedores de la siguiente forma:

- Según la razón por la que emprenden:
 - Por aprovechar una oportunidad, es decir, porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tiene una buena idea y desean desarrollarla por el gusto de verla echa realidad.
 - Por necesidad o porque el emprendedor se encuentra en una situación desfavorable.

- Según el tipo de empresa que desarrollan:
 - El emprendedor social que busca, a través de su creatividad, entusiasmo y trabajo, producir un cambio social en beneficio de un sector de la población, en general lo hace sin tener fines de lucro.
 - El emprendedor que busca destacar en cierta área y ser modelo.
 - Si el individuo emprende dentro de una la empresa y que no es suya se llama emprendedor interno (*intrapreneur*) y si lo hacen en su propio negocio como fines de lucro es emprendedor externo (*entrepreneur*).

El autor Rodrigo Varela (2008), orienta su investigación a definiciones empresariales en lo que incluye características para el emprendimiento. El autor citado define a él “El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución, u asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía genera trabajo para él y, muchas veces otros. En este proceso de liderazgo creativo e innovador, el empresario invierte





energía, dinero, tiempo y conocimientos, participa activamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga sus recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad, bienestar social”.

Varela (2008), agrupa las características y habilidades del empresario en cuatro categorías:

- Factores motivacionales, que considera: necesidad de logro, necesidad de aprobación, necesidad de recibir recursos monetarios, necesidad de desarrollo personal, necesidad de independencia y necesidad de escape.
- Características de comportamiento que considera: liderazgo y capacidad de fuerte persuasión, toma de iniciativa, versatilidad y flexibilidad, honestidad /integridad y conformidad, búsqueda de la verdad y de información, capacidad de conseguir recursos, tolerancia de la ambigüedad, de presión e incertidumbre, relaciones, sentido de urgencia, orientación a la oportunidad, compromiso total, orientación hacia metas específicas, responsabilidad personal, humor, confianza en sí mismo, baja necesidad de poder y estatus, capacidad de decisión, estabilidad emocional, atracción por retos, optimista, competencia consigo mismo, planificación, exigencia de eficiencia, energía, buena salud, intenso ritmo de trabajo.
- Características físicas e intelectuales
Imaginación, creatividad e innovación, conocimiento de la empresa, capacidad de solución de problemas, realismo, inteligencia, habilidad conceptual, capacidad de analizar el ambiente.

Aguirre (2013), menciona que: “Durante los últimos años el gobierno ha buscado robustecer de manera importante el ecosistema de innovación y emprendedurismo al permitir la creación de distintas organizaciones destinadas a apoyar la creación de empresas y la generación de empleos. Surgen los sistemas de incubación y aceleración, así como programas y organizaciones no gubernamentales para jóvenes emprendedores y en pro del empleo”.

Los modelos de incubación reconocidos por la Secretaría de Economía, que promueven el emprendimiento, basan su estrategia de formación de emprendedores en el Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE). El programa incluye una serie de características a desarrollar en el futuro emprendedor y que se detallan en la siguiente tabla:





Tabla 1

Características de los emprendedores según PROMODE

CARÁCTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES SEGÚN PROMODE			
Ser trabajador	Tener ambición	Tener sentido común	Tener Buen carácter
Buscar oportunidades	Ser perseverantes	Ser Honestos	Ser entusiastas
Tener Voluntad	Autoconfianza	Ser sinceros	Ser leales
Hacer uso adecuado de los recursos (Economía)	Armonía	Ser Empáticos	Manejar el riesgo

Fuente: Secretaría de Economía. <http://www.contactopyme.gob.mx/promode>

Metodología de análisis

El desarrollo de la presente investigación fue bajo el paradigma cuantitativo y enfoque descriptivo, relativo a las características emprendedoras en los estudiantes de LNCI de la Universidad de Sonora campus Nogales, próximos a incorporarse al mercado laboral y/o empresarial. El diseño de la investigación fue transversal y la aplicación del instrumento se realizó en el periodo de noviembre y diciembre de 2014.

Se inició con la búsqueda de la fase documental teórica con la revisión del estado del arte a fin de conocer investigaciones actuales y tendencias sobre la temática en estudio.

Después se continuó con la búsqueda y selección de un instrumento que evalúe el perfil emprendedor y considere elementos tales como: factores motivacionales, características personales, físicas, intelectuales y competencias generales; una vez determinadas las variables a estudiar, se validó el instrumento para su aplicación en estudiantes de LNCI de quinto y séptimo semestre.

La población en estudio fue la totalidad de los estudiantes de 5° y 7° semestres de LNCI; al considerar que estos estudiantes han recibido durante su formación en el programa de estudios los conocimientos, habilidades y herramientas necesarios en el aspecto emprendedor y empresarial.

La encuesta del perfil emprendedor para los estudiantes de LNCI, se construyó en base al modelo planteado por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) donde se evalúan cinco dimensiones: motor, creatividad, personalidad, relación con otros y tolerancia al riesgo, y el modelo de Rodrigo Varela V. "Características Empresariales", que considera: factores motivacionales, características de comportamiento y características intelectuales.





Como herramienta para el análisis estadístico se utilizó el paquete SPSS (Statistic Packaged Social Science) versión 18. Una vez estandarizados los datos se analizaron y presentan las tablas y gráficas correspondientes para el diagnóstico del perfil emprendedor del estudiante de LNCI.

Una vez descrito el perfil emprendedor percibido por el estudiante de LNCI, se procedió a compararlo con el perfil de los programas planteado en los programas de la política gubernamental enfocadas al emprendimiento y a diseñar una estrategia para mejorar la formación de los futuros profesionistas de.

Para el diseño del instrumento se consideraron dos apartados, alumnos y el modelo curricular que incluye la universidad y los docentes; considerando a estos dos elementos fundamentales para el desarrollo de nuevos emprendedores.

Modelo para la creación de un instrumento que describa el perfil emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales:

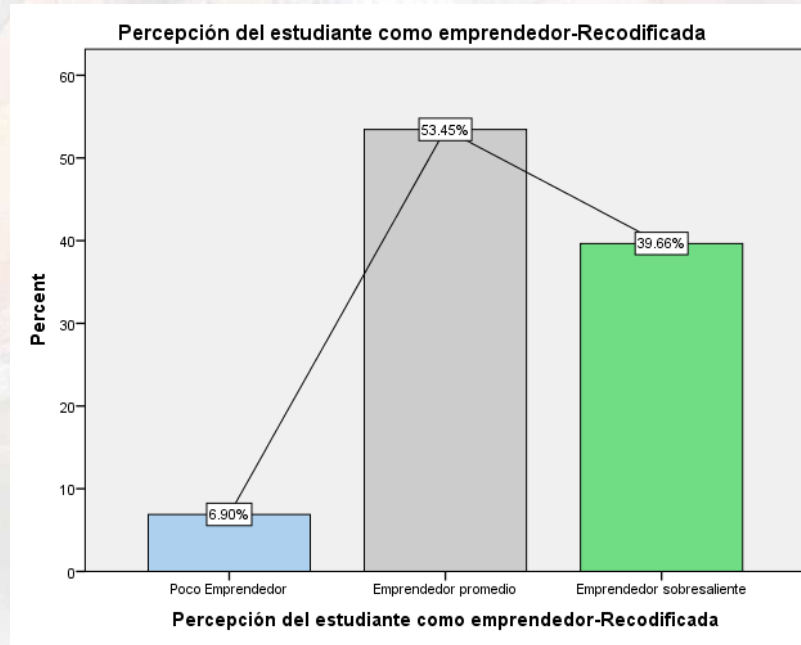
Tema	Categorías	Variables
Perfil emprendedor	Alumnos de 5° y 7°. LNCI	• Creatividad-Innovación
		• Visión
		• Perseverancia
		• Riesgo y solución de problemas
		• Socialización
Modelo curricular	Contexto del alumno	• Institución
		• Docentes

Elaborado por equipo de investigación, 2014

Resultados

Previo a la aplicación del instrumento (cuestionario) y para la explicación del tema de análisis se manejaron los siguientes constructos e ítems: Percepción del estudiante como emprendedor, conocimiento de información institucional, e influencia del trabajo docente, a los cuales se les aplicó la prueba de confiabilidad Alpha de Cronbach, validándose el instrumento.

Del rubro nivel de percepción que tiene el alumno sobre sí mismo, se obtuvo lo siguiente:

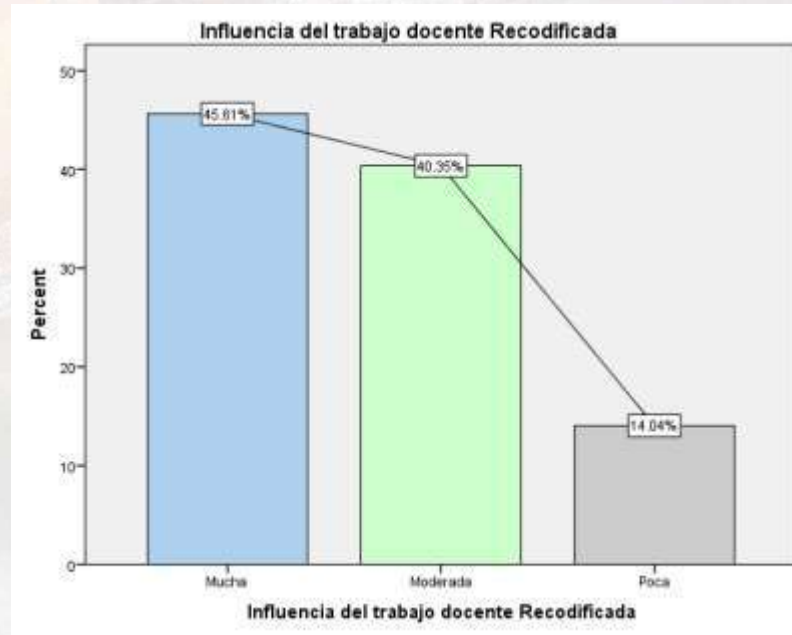


Del rubro conocimiento de la información institucional relacionada al emprender, se obtuvo:





Del rubro influencia de la labor docente se encontró:



Conclusiones e implicaciones sociales y empresariales

En la actualidad los alumnos egresados de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales (LNCI) enfrentan las diversas exigencias que el mercado laboral globalizado requiere para cumplir con los estándares de competitividad en área de los negocios.

La Universidad de Sonora tiene el compromiso de dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse. Definir el perfil emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales permitirá enriquecer la curricular de la licenciatura mediante estrategias que permitan vincularlo con los programas emprendidos por el gobierno federal a fin de garantizar la inserción exitosa en los mercados laboral y/o empresarial.

De las características emprendedoras propuestas en el modelo gubernamental consultado se identifica que están presentes en el contenido de las asignaturas del programa educativo. A partir de los resultados de la investigación, se identifica una percepción del estudiante como emprendedor promedio; reconoce en su perfil características que influirán en su perfil emprendedor, como futuro profesionalista. Se reconoce la influencia que tienen la institución y los docentes en la formación de emprendedores.

Se plantea como propuesta:

1. La generación de un programa de capacitación dirigido a estudiantes de LNCI para fortalecer el perfil emprendedor a través de una instancia de prestación de





servicios de asesoría y consultoría empresarial de la Universidad de Sonora dirigido a la comunidad de Nogales con el vínculo de las instancias gubernamentales de la localidad como: Secretaría de Economía Federal, Secretaría de Economía del Estado de Sonora y Desarrollo Económico del H. Ayuntamiento de Nogales

2. Muestras de concursos de creatividad, innovación y emprendimiento enfocados a todos los niveles del programa de educativo.

3. Promover talleres de sensibilización de la cultura emprendedora dirigido a docentes a través de las instancias gubernamentales.

4. Fortalecer las acciones tendientes a desarrollar el espíritu emprendedor en los alumnos, tales como: talleres, foros empresariales, prácticas, etc.

5. Proponer la incorporación de un mayor número temáticas del área emprendedora en las asignaturas del programa educativo.

6. Trabajo colegiado con otras instituciones de educación que oferten programas similares para contribuir de forma más efectiva en la generación de conclusiones más generalizadas del tema.



Bibliografía

Alcaraz, R (2011). *El emprendedor de éxito*. (4ª. Ed). México: Mc Graw Hill

Anderson, S. W. (2004). *Estadística para la administración y economía*. (8º ed.). México: Editorial Thompson.

ANUIES (2000). *Educación Superior en el Siglo XXI*, ANUIES, 2000. Página consultada en 2013: http://www.anuiex.mx/servicios/d_estrategicos/documentos_estrategicos/21/index.html

Hernández, S. R., Fernández, C. C., Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (3ºed.). México: Editorial McGraw Hill.

Moriano, J; Palaci, F; Morales, J (2006). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario*. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones – 2006 Volumen 22, n.º 1 -. ISSN: 1576-5962. Página consultada junio 2013.

Naranjo, Elvira; Campos Marcia (2012). *Monitor Global de la Actividad Emprendedora*. México 2011. Página consultada en 2013: <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>.





OCDE (2012). *Getting It Right. Una agenda estratégica para las reformas en México.* OECD Publishing. Página consultada en: 2013:<http://oecd.org/centrodemexico/Getting%20It%20Right%20EBOOK.pdf>.

Kantis, Angelelli y Moori (2006). *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, <http://www.copmadrid.org/webcopm/resource.do>

UNISON (2004). *Proyecto Curricular de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales*, Universidad de Sonora 2004.

Varela, R (2008). *Innovación Empresarial. Arte Ciencia y Creación de Empresas.* (3ª ed.). México: Editorial Pearson.

Wold, D; Sargent, D; Sargent, M. (2005). *Guía NxLevel, para el emprendedor.* (4ª ed.) Estados Unidos de América: Editorial: NxLevel. Fundación de Educación.

