

# DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

## FOMENTO A LA CULTURA EMPRESARIAL A PARTIR DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN UNIVERSITARIOS. MÉXICO, BRASIL Y COLOMBIA 2017

Dra. en A. Guadalupe González-García<sup>1</sup>

Dra. en A. María Luisa Becerril Carbajal<sup>2</sup>

Dra. en A. Adriana Fonseca Munguía<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guadalupe González-García, María Luisa Becerril Carbajal y Adriana Fonseca Munguía (2021): "Fomento a la cultura empresarial a partir del perfil emprendedor en universitarios. México, Brasil y Colombia 2017", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 15 (enero 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/15-enero21/cultura-empresarial-emprendedor>

### Resumen

En la actualidad es fundamental el desarrollo de la cultura emprendedora y empresarial desde las aulas. Orientar a los estudiantes para que brinden servicios profesionales de manera independiente, crear organizaciones y/o innovar en las ya existentes, es un desafío. En el proceso para estrechar el lazo de emprender e innovar, es importante potenciar las características personales empresariales con que cuentan nuestros estudiantes. Se plantea la necesidad de conocer el nivel de tales atributos en los universitarios a partir de los cuales se pueden recomendar acciones estratégicas que les permitan desarrollar y mejorar habilidades para el emprendimiento. Se analizan los valores de diez características empresariales en estudiantes de Licenciatura en Administración en universidades públicas de tres países. Los resultados indican que existe una media igual para seis de las diez en análisis. Con base en ello, las características para las que se sugieren acciones específicas tienen que ver con la integración sistemática de experiencias en acciones para la innovación, así como, reconocer la importancia de crear

<sup>1</sup> [guadalupe\\_ggg@hotmail.com](mailto:guadalupe_ggg@hotmail.com), Universidad Autónoma del Estado de México, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4119-1187>; Researcher ID Thomson M-4444-2018

<sup>2</sup> Correo: [malubcmx@yahoo.com.mx](mailto:malubcmx@yahoo.com.mx), Universidad Autónoma del Estado de México, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1301-835X>; Researcher ID Thomson M-3101-2018

<sup>3</sup> Correo: [adriana\\_fonseca\\_munguia@yahoo.com.mx](mailto:adriana_fonseca_munguia@yahoo.com.mx), UAP Santiago Tianguistenco, UAEM. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3209-4983>

soluciones y planteamientos creativos atendiendo las necesidades de usuario o cliente para poder tener éxito. Las áreas de oportunidad pudieran ser aprovechadas en colaboración y cooperación entre espacios académicos. A partir de los primeros hallazgos se refuerza que, aunque ciertos aspectos para ser un empresario se han vuelto más difíciles, los emprendedores podrían afrontar el reto con la adquisición de nuevas habilidades y mejoras en su capacidad de innovación. Se concluye entonces que generando estrategias apropiadas partiendo de la revisión del nivel actual de las características personales empresariales, el esfuerzo invertido en el proceso de enseñanza aprendizaje podría ser más efectivo y eficiente al ser focalizado.

**Palabras clave:** Sistema de gestión del conocimiento; emprendimiento, intraemprendimiento, características empresariales personales.

### **FOMENTO A LA CULTURA EMPRESARIAL A PARTIR DEL PERFIL EMPRENDEDOR EN UNIVERSITARIOS. MÉXICO, BRASIL Y COLOMBIA 2017**

#### **Abstract**

Currently, the development of entrepreneurial and business culture from the classroom is essential. Guiding students to independently provide professional services, create organizations and / or innovate in threats is challenging. In the process to strengthen the bond of undertaking and innovating, it is important to enhance the personal characteristics that our students have. This research raises the need to know the level of story attributes in university students from which strategic actions can be recommended to develop and improve entrepreneurial skills. Analyze the values of ten business characteristics in Bachelor of Administration students at public universities in three countries. The results indicate that there is an equal mean for six of the ten analyzed. Based on this, the characteristics for which specific actions are identified have to do with the systematic integration of experiences in actions for innovation, as well as, recognizing the importance of creating solutions and creative approaches attending to the needs of the user or client in order to succeed. Opportunity areas to be exploited in collaboration and cooperation between academic spaces. From the first findings it is reinforced that, although certain aspects of being an entrepreneur have become more difficult, entrepreneurs can face the aftershock with the acquisition of new skills and improvements in their capacity for innovation. It is concluded then that generating strategic strategies based on the revision of the current level of personal business characteristics, the effort invested in the teaching process could be more effective and efficient when focused.

**Keywords:** Knowledge management system; entrepreneurship, intrapreneurship, personal business characteristics.

## Introducción

En muchas universidades el impulso a los emprendedores-empresarios innovadores se ha convertido en un eje de acción. Es así como, formar profesionales en diversas áreas del conocimiento, marca sustancialmente la diferencia en un contexto de desarrollo laboral con hábitos, actitudes y valores determinantes para fomentar el emprendimiento. Cuando se toma conciencia de lo que implica este reto, se requieren revisiones y actualizaciones a la enseñanza con una perspectiva orientada hacia el mejor desempeño laboral. Destaca, entre otros temas a tomar en cuenta, el impulso de la cultura emprendedora, para que el egresado universitario sea capaz de ofrecer servicios de forma independiente, crear empresas o innovar en las ya existentes.

En los tiempos que corren, se aprecia la alta tasa de desempleo, crisis económicas y la rapidez de los cambios en nuestras economías. Entonces, en la nueva sociedad del conocimiento las competencias transversales y, particularmente el emprendimiento, son esenciales para lograr que los jóvenes lleguen a ser ciudadanos proactivos, creativos y emprendedores. Ahora se le da más importancia al potencial que tienen los jóvenes para crear y desarrollar sus propias empresas, convirtiéndose así en innovadores en aquellas áreas en que viven y trabajan. La educación para el emprendimiento es esencial no sólo para forjar la mentalidad de los jóvenes sino también para proporcionar las competencias, conocimientos y actitudes básicas para el desarrollo de una cultura emprendedora. Asimismo, la tarea de emprender insta a una mentalidad que hace que las personas no esperen, sino que actúen para enfrentarse a un mercado que no perdona errores y que cada día se vuelve más riguroso. Hoy se exige una mayor preparación y esmero tanto a emprendedores como a empresarios. En este sentido es que se retoma que existen diferencias entre la educación profesional que fomenta una cultura emprendedora y la que no, como mencionan Bygrave y Minniti (2000). Y es que actualmente se puede recurrir a modelos de negocios, por ejemplo, el canvas, que está al alcance o en el propio entorno del estudiante para influir sobre su toma de decisiones asociadas a la probabilidad de concretar con éxito sus proyectos de negocio. Lo interesante en este punto es también la orientación que podrían recibir de parte de los profesores a fin de que la selección de herramientas para el desarrollo de habilidades emprendedoras y directivas sean las más adecuadas. Veciana y Urbano (2000) recomiendan inclusive que se fomenten las unidades de apoyo al autoempleo y el desarrollo de acciones concretas como concursos de ideas empresariales o incubadoras de empresas para llevar al máximo la formación emprendedora en las escuelas. En muchas de nuestras universidades ya funcionan con mayor o menor éxito, según se ha transitado por el camino del desarrollo empresarial.

## Referencial teórico

Emprendimiento

El concepto de emprendimiento ha sido utilizado desde hace tiempo, por lo que sin el ánimo de ser exhaustivos en este asunto, se repasa a Formichella (2002) quien define que emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad; a Kundell quien anota que la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio; a Drucker discurrendo que es el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente para concluir que tener éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte.

El Emprendimiento o Emprendedurismo son palabras utilizadas casi de igual manera como traducción de Entrepreneurship, denotan la forma de abordar el espíritu emprendedor, definido en el Diccionario de la Real Academia como la cualidad de emprendedor. El Global Entrepreneurship Monitor GEM (2018) lo define como cualquier intento llevado a cabo por los individuos para empezar una nueva empresa, incluyendo el de volverse auto-empleado. Es también decisivo para el desarrollo de las economías emergentes como motores de inversión, empleo e innovación.

Dos vertientes básicas acerca del emprendedor son delimitadas por Rodríguez (2009) en su artículo de construcción ecléctica y holística: uno es el reconocido por sus características personales, que arriesga en una hazaña y otro es el reconocido por sus funciones, que planea estrategias y metas.

Abordando otros conceptos, se tiene que: intrapreneur o intraemprendedor es quien emprende dentro de una organización que no es la suya. Mientras que entrepreneur o emprendedor de negocios es quien desarrolla en su propia empresa con la finalidad invertir un capital y generar utilidades. Para la primera cuestión, una distinción realizada por Timmons y Spinelli (2004) entre los gerentes tradicionales y los que funcionan más como emprendedores dentro de las organizaciones (intraemprendedores), es que los tradicionales poseen buenas habilidades directivas pero son reacios a correr riesgos y a innovar. Los gerentes emprendedores, por otro lado, son capaces de aceptar cambios que repercuten en un momento determinado en el estado de ciertas cosas, como la economía, las relaciones sociales o la cultura y, también son capaces de propiciarlo, asumen mayores riesgos y la incertidumbre no les resulta tan incómoda.

Aproximación a iniciativas gubernamentales para el fomento del emprendimiento en México, Colombia y Brasil.

En México convergen programas gubernamentales orientados al apoyo a emprendedores, ejemplo de ello es el Instituto Nacional del Emprendedor INADEM<sup>4</sup> creado en 2013 y que tiene por objeto

---

<sup>4</sup> Para ver más seguir la liga <https://www.inadem.gob.mx/index.php/conoce-inadem>

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.

Colombia cuenta con iniciativas del Gobierno Nacional como: SENA<sup>5</sup> (Servicio Nacional de Aprendizaje) a través del Fondo Emprender, cuyo propósito es ofrecer un capital semilla para desarrollar planes de negocio en diversos campos; INNpulsa Colombia que fomenta la mentalidad y la cultura emprendedora, cerrar las brechas de mercado e impulsar las empresas; Apps.co, enfocada en el emprendimiento TIC. Básicamente el Fondo Emprender busca incentivar y facilitar la generación y creación de empresas, contribuyendo al desarrollo humano e inserción de emprendedores en el sector productivo. Se rige por el derecho privado y su presupuesto está conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje, así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de: organismos de cooperación nacional e internacional, la banca multilateral, fondos de pensiones y cesantías y fondos de inversión públicos y privados.

Por su lado, en Brasil concurre entre otros organismos, SEBRAE<sup>6</sup> (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas), una entidad privada sin fines de lucro que fue creada en el año 1972 como resultado de algunas iniciativas pioneras que tenían como foco estimular el espíritu empresarial en Brasil. Su misión es promover la competitividad y el desarrollo sustentable de los emprendimientos de micro y pequeño porte. Contempla que los micros y pequeños negocios son esenciales para el desarrollo de Brasil, y por ello es necesario que actúen en un ambiente institucional que estimule la creación de empresas formales, competitivas y sustentables. Destaca su interés por fomentar el espíritu emprendedor, así por ejemplo el EMPRETEC que es un curso con bastante éxito, orientado hacia el desarrollo de principios emprendedores en los empresarios.

Ciertamente, como reconocen estos y otros organismos orientados al impulso del emprendimiento, hay una curva de conocimiento y desarrollo para creación de empresas y también es evidente que los negocios cambian en todo momento. Entonces, cuanto mejor preparado esté preparado quien dirige en las organizaciones, menos impactos negativos va a sufrir la misma ante dichos cambios. De aquí deriva la necesidad de conocer el estado actual de las características personales empresariales con las que cuenta el estudiante universitario, a fin de proponer estrategias que coadyuven a que se potencien habilidades determinantes en la cultura emprendedora y empresarial.

#### Formación en cultura emprendedora

El concepto de cultura emprendedora como define Gibb (1999: 27-38) es el “conjunto de valores, creencias y aptitudes comúnmente compartidas en una sociedad, la cual sostiene la idea de que es

---

<sup>5</sup> Para ver más seguir la liga <http://www.sena.edu.co>

<sup>6</sup> Para ver más seguir la liga <https://www.sebrae.com.br>

deseable un modo de vida emprendedor apoyando continuamente la búsqueda de un comportamiento emprendedor efectivo por parte de los individuos o grupos”. Esta investigación plantea la necesidad de conocer las características empresariales a partir de las cuales se pueden diseñar elementos innovadores en los programas de estudio que permitan a los alumnos desarrollar y mejorar habilidades para el emprendimiento.

Para iniciar, es significativo tener un referencial actualizado sobre el emprendimiento y formación de cultura emprendedora en las instituciones de educación, por lo que se acudió al índice 2017-2018 del Global Entrepreneurship Monitor<sup>7</sup>. Este es un referente interesante de los diversos que se publican a nivel internacional, por la razón que el índice lleva varios años actualizándose y mejorando. El reporte da una idea del posicionamiento respecto a la educación emprendedora de los países que son objeto de interés del presente artículo. Así, se ha encontrado que en la categoría de “Educación emprendedora en la escuela” se reporta que México se localiza en el lugar número 41 (con 2.6 puntos), Colombia aparece en el lugar 14 (con 3.6 puntos) y Brasil en la posición 47 (con 2.3 puntos), de un total de 54 países, tal y como se muestra en la Tabla 1 (donde 1= altamente insuficiente y 9= altamente suficiente).

---

<sup>7</sup> Global Entrepreneurship Monitor constituido desde 2008 por investigadores de: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, Colombia, Corea, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, México, Noruega, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay. Para ver más, seguir la liga [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

Tabla 1. Educación emprendedora en la etapa de la

**Table 16:** Entrepreneurial education at school stage, 2017 (Weighted average: 1 = highly insufficient, 9 = highly)

Rank	Stage	Economy	Value	1	Mean 3.2	9
1	3	Netherlands	5.6			
2	2	Indonesia	5.1			
3	3	United Arab Emirates	5.0			
4	3	Estonia	5.0			
5	2	Lebanon	4.8			
6	3	Qatar	4.3			
7	2	Latvia	4.3			
8	3	Sweden	4.1			
9	3	USA	4.0			
10	3	Taiwan	3.9			
11	3	Switzerland	3.7			
12	1	India	3.7			
13	2	Peru	3.7			
14	2	Colombia	3.6			
15	2	Ecuador	3.6			
16	2	Bosnia	3.6			
17	2	Malaysia	3.5			
18	3	Slovenia	3.4			
19	2	Slovak Republic	3.3			
20	3	Canada	3.3			
21	2	Thailand	3.3			
22	3	United Kingdom	3.3			
23	3	Luxembourg	3.2			
24	2	China (PRC)	3.2			
25	3	Ireland	3.2			
26	3	Cyprus	3.1			
27	2	Iran	3.1			
28	2	Bulgaria	3.0			
29	3	France	3.0			
30	3	Australia	3.0			
31	3	Spain	3.0			
32	3	Israel	2.9			
33	1	Kazakhstan	2.9			
34	1	Vietnam	2.9			
35	3	South Korea	2.9			
36	3	Italy	2.8			
37	3	Greece	2.8			
38	2	South Africa	2.8			
39	3	Japan	2.7			
40	2	Argentina	2.6			
41	2	Mexico	2.6			
42	3	Germany	2.6			
43	2	Chile	2.5			
44	2	Panama	2.5			
45	2	Guatemala	2.4			
46	2	Croatia	2.4			
47	2	Brazil	2.3			
48	2	Poland	2.3			
49	3	Puerto Rico	2.1			
50	2	Uruguay	2.1			
51	2	Saudi Arabia	2.1			
52	1	Madagascar	2.1			
53	2	Morocco	2.0			
54	2	Egypt	1.8			

escuela

Fuente: Global Entrepreneurship and Development Institute. <https://www.gemconsortium.org/report>

Recuperado el 2 de diciembre de 2018

Como se ha comentado, es primordial fomentar una cultura emprendedora como marco de referencia de valores y principios que moldean las actividades productivas de sus principales actores: empresarios y emprendedores. Por consiguiente, acorde a Vargas (2007) se reflejaría su impacto sustancialmente ya que la cultura empresarial de una sociedad proporciona el esquema valorativo que establece el sentido de un sistema de relaciones entre las y el entorno. En el mismo orden de ideas, Spinelli y Adams (2016) plantean el emprendimiento como el nuevo paradigma de la Administración en un mundo más plano y globalizado.

## Características empresariales personales

El emprendimiento es susceptible de ser enseñado y aprendido, tal y como acota Kuratko (2013) a partir de mostrar la necesidad de diferentes teorías, perspectivas o escuelas de pensamiento del emprendimiento. Asimismo sus habilidades pueden ser fomentadas como Campos, Figueroa y Sandoval (2014) discurren que 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. Ya que Aronsson por una parte señala que el espíritu emprendedor puede ser alentado a través de la enseñanza y por otra, Kirby afirma que las capacidades empresariales no sólo son innatas, sino que también pueden ser adquiridas a través del aprendizaje. Dichas características son los atributos que forman parte del carácter de los individuos y de manera especial les sirven para desenvolverse con una óptica reconocida como empresarial.

Aunque, como menciona Gilder (1984) es importante determinar las características empresariales para comprender cómo los empresarios son personas capaces de aprender pero que también persiguen sus objetivos a pesar de fracasos y frustraciones, y, finalmente, obtiene el éxito a través de romper viejos patrones y crear su propio nuevo orden.

Ahora bien, Uriarte y González (2007) consideran tres aspectos en la investigación acerca de las características personales empresariales:

1. La existencia de característica de índoles: psicológicas, sociales, hereditarias, ambientales, educacionales o experimentales, que diferencian al emprendedor con éxito de otros grupos humanos.
2. Que ellas existan previamente al comportamiento emprendedor.
3. Determinar la posibilidad de evaluarlas y anticiparlas al proceso de la creación de empresa.

Cano et al (2003) destacan en su análisis de actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios, que en lo relativo al fomento de la cultura emprendedora el interés se ha traducido en diversas acciones como la inclusión de asignaturas específicas sobre creación de empresas en algunos planes de estudio. Concluyen Páez y García (2011) que para describir el perfil emprendedor, requiere también introducirse en la intención y así determinar quiénes de los que cuentan con un potencial en habilidades y competencias en concreto, terminan convirtiéndose en reales emprendedores y empresarios.

Más recientemente (como asegura Prieto, 2014), las empresas han estrechado el lazo exitoso que une dos metas: emprender e innovar. Es así que, para incentivar los comportamientos emprendedores, en lo particular de los estudiantes de Administración, se considera en el proceso de cambio, primeramente que sean determinados los niveles de las características personales con que cuentan los alumnos. Posteriormente, se podrían determinar las acciones encaminadas a desarrollar o potenciar dichas

características. Destaca la consideración futura para que se haga un seguimiento para ratificar o rectificar el camino. En este sentido la autora contempla la posibilidad de colaborar y compartir experiencias y buenas prácticas entre los espacios académicos en estudio y otros más. También sería importante profundizar en la interdisciplinariedad al momento de iniciar trabajos colaborativos.

### **Procedimiento metodológico**

Esta investigación de carácter no experimental ha sido dirigida a estudiantes de licenciatura en Administración en la Universidad Autónoma del Estado de México, en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y en la Universidade de Pernambuco en Brasil; sin considerar ningún parámetro específico de edad, sexo o semestre. Es de tipo descriptivo y se realizó en el año 2017.

Derivado de las limitaciones de tiempo y financieras ante la gran población de estudiantes en las universidades en cuestión, se utilizó la fórmula para cálculo de muestra  $n = z^2 * p * q / e^2$ . Así, con un 95% de confianza y un error máximo permisible de 10%, se aplicó el instrumento a 100 alumnos en cada país.

Para la recolección de datos se aplicó el cuestionario de Características Personales Empresariales (CEP) de Management Systems International, (Washington) que se integra por 55 declaraciones que valoran a su vez a diez características agrupadas como: iniciativa, persistencia, cumplimiento, calidad, arriesgue, metas, información, planificación, redes, autoconfianza.

Las características que evalúa están definidas brevemente (con base a Gutiérrez, 2011) como sigue:

- Iniciativa: característica que se manifiesta al tomar la iniciativa para resolver problemas, llenar vacíos de liderazgo y orientación a la acción.
- Persistente: característica que manifiesta la capacidad para actuar en un ambiente imprevisible, discordante y ambivalente.
- Trabajo: característica que se manifiesta con la creencia de cumplir y alcanzar el éxito al final del camino.
- Calidad: característica que se manifiesta al reconocer la importancia de crear soluciones y planteamientos creativos para poder tener éxito, invariablemente ligada con la innovación.
- Riesgos: característica que manifiesta la disposición a aceptar el riesgo y la incertidumbre inherentes a las nuevas oportunidades.
- Metas: característica que manifiesta el deseo de lograr sus objetivos
- Información; característica que se manifiesta por la decidida orientación hacia el mercado, lo que permite identificar oportunidades de negocio
- Sistemático: característica que se manifiesta con la integración de experiencias en nuevas acciones para la innovación, invirtiendo tiempo en mirar hacia adelante.

- Redes de apoyo: característica que se manifiesta con la referencia al grupo que le ayudó a producir éxitos y manifiesta también la disposición y capacidad de cooperación y colaboración con otros.
- Autoconfianza: característica que manifiesta la total dedicación a perseguir el éxito y que posibilita al emprendedor a sobreponerse a los obstáculos.

Para designar la medida en que la declaración se describe, se utiliza una escala Likert de 1 a 5, donde: 1= nunca, 2= raras veces, 3= algunas veces, 4= usualmente y 5= siempre. La pregunta que se busca responder es ¿cuál es el nivel de las características emprendedoras personales de los estudiantes universitarios?

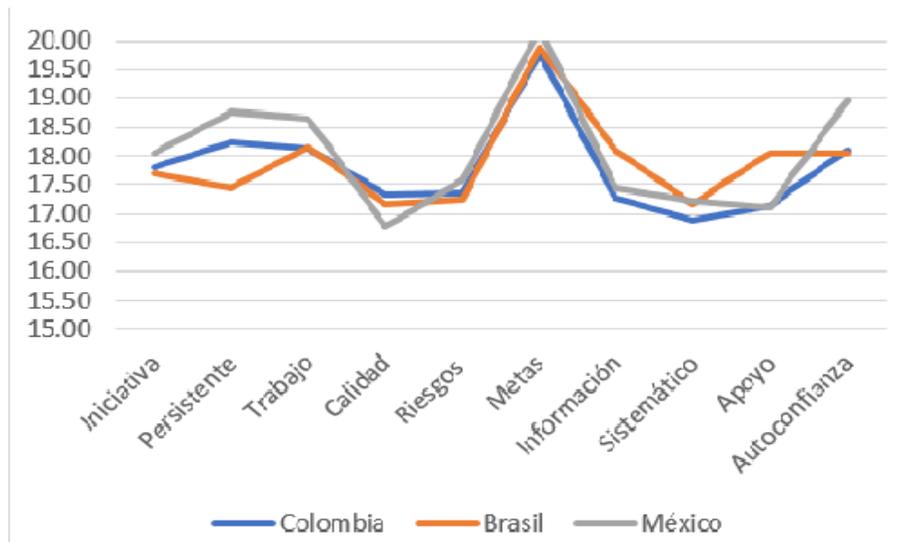
Con los resultados se visualizará el perfil existente y dará lugar a contribuciones para la formación de emprendedores y empresarios desde las aulas universitarias acordes al contexto de estudio.

## **Resultados**

Las respuestas a los cuestionarios impresos se realizaron en presencia de los encuestadores, obteniéndose una Alfa de Cronbach .864 lo que da una confiabilidad bastante buena en los resultados obtenidos.

En la Gráfica 1 se muestran los resultados correspondientes a los promedios de cada dimensión para los estudiantes de Licenciatura en Administración de las instituciones objeto de estudio en las Universidades objeto de estudio en Colombia, Brasil y México. Con estos resultados se dará inicio a la identificación de algunas diferencias y similitudes.

Gráfica 1. Promedio CEP/País



Elaboración propia

En el análisis de medias se compararon las respectivas de los tres países para las 10 CEPs analizadas, llevándose a cabo una prueba de diferencia mínima significativa de Fisher, encontrando las siguientes conclusiones que son avaladas con las salidas del paquete Minitab.

Las medias de los tres países son iguales para las CEP: Iniciativa, Trabajo, Calidad, Riesgo, Metas, Sistemático. Respecto a la CEP Persistente, la media de Colombia resultó mayor que la de Brasil, y la media de México también mayor a la de Brasil. Para Colombia y México resultaron medias iguales. Es decir, Brasil es menor que Colombia y México.

Grouping Information Using the Fisher LSD Method and 95% Confidence

Factor	N	Mean	Grouping
<u>Persi Mex</u>	100	18.750	A
<u>Persi Col</u>	100	18.250	A
<u>Persi Bra</u>	100	17.450	B

Means that do not share a letter are significantly different.

Respecto a la CEP Información, la media de Colombia resultó menor que la de Brasil, y la media de México también menor a la de Brasil. Para Colombia y México resultaron medias iguales. Es decir, Brasil es mayor que Colombia y México.

Grouping Information Using the Fisher LSD Method and 95% Confidence

<u>Factor</u>	<u>N</u>	<u>Mean</u>	<u>Grouping</u>
<u>Info Bra</u>	100	18.100	A
<u>Info Mex</u>	100	17.450	B
<u>Info Col</u>	100	17.270	B

Means that do not share a letter are significantly different.

Respecto a la CEP Apoyo, la media de Colombia resultó menor que la de Brasil, y la media de México también menor a la de Brasil. Para Colombia y México resultaron medias iguales. Es decir, Brasil es mayor que Colombia y México.

Grouping Information Using the Fisher LSD Method and 95% Confidence

<u>Factor</u>	<u>N</u>	<u>Mean</u>	<u>Grouping</u>
<u>App Bra</u>	100	18.040	A
<u>App Col</u>	100	17.150	B
<u>App Mex</u>	100	17.110	B

Means that do not share a letter are significantly different.

Respecto a la CEP Autoconfianza: La media de Colombia resultó igual que la de Brasil, la media de México mayor a la de Brasil. La de México mayor a la de Colombia. Es decir, México es mayor que Colombia y Brasil.

Grouping Information Using the Fisher LSD Method and 95% Confidence

<u>Factor</u>	<u>N</u>	<u>Mean</u>	<u>Grouping</u>
<u>Auto Mex</u>	100	18.960	A
<u>Auto Col</u>	100	18.100	B
<u>Auto Bra</u>	100	18.040	B

Means that do not share a letter are significantly different.

En la tabla 2 se presentan las Correlaciones de las Características Empresariales Personales CEPs, encontrando las mayores que aparecen en los tres países son las CEP de Metas y Persistencia. Lo que es una interesante primera conclusión, ya que indica que las generaciones actuales están orientados a Metas y no es tema exclusivo de un país. Una de las relaciones encontradas es que a Mayor Persistencia, Mayor enfoque en Metas.

Tabla 2. Correlaciones de las CEP's

	<i>Iniciativa</i>	<i>Persistente</i>	<i>Trabajo</i>	<i>Calidad</i>	<i>Riesgos</i>	<i>Metas</i>	<i>Información</i>	<i>Sistemático</i>	<i>Apoyo</i>	<i>Autoconfianza</i>
<i>Iniciativa</i>	1									
<i>Persistente</i>	0.3663367	1								
<i>Trabajo</i>	0.19852339	0.21767715	1							
<i>Calidad</i>	0.20887498	0.18836543	0.18749011	1						
<i>Riesgos</i>	0.3817233	0.18267131	0.12325241	0.20526908	1					
<i>Metas</i>	0.36177233	0.35294576	0.20580181	0.10357313	0.24542368	1				
<i>Información</i>	0.24318123	0.32871376	0.2503991	0.28247097	0.14030303	0.30657827	1			
<i>Sistemático</i>	0.26738733	0.33939648	0.21929617	0.21167877	0.1852724	0.28349029	0.37836602	1		
<i>Apoyo</i>	0.28978763	0.27276651	0.12237989	0.11890749	0.30816218	0.30719662	0.33923562	0.37088932	1	
<i>Autoconfianza</i>	0.30468214	0.32573626	0.18507997	0.11568957	0.3015547	0.33203235	0.19516153	0.19007493	0.36591683	1

Elaboración propia

Se detecta también que no hay una relación muy marcada entre las CEP Riesgo e Iniciativa. Estadísticamente no se encontró relación entre las CEP Metas y Calidad, debido al valor de significancia de 0.073. En la tabla se observa que en la CEP Metas hay una mayor variabilidad en las respuestas de los estudiantes, siendo por otro lado las más consistentes las relacionadas con la CEP Calidad.

Para continuar el análisis, se eligieron las mayores CEP que son: Riesgo, Iniciativa Sistematización, Apoyo, Información, cuyos resultados están en la Tabla 3. Se aprecia que hay una correlación significativa entre Iniciativa y Riesgo, a Mayor Iniciativa Mayor Riesgo. Lo mismo ocurre con Sistemático e Información.

Tabla 3. Correlaciones Mayores

<b>Correlación: Iniciativa, Riesgos, Sistemático, Apoyo, Información</b>				
	<i>Iniciativa</i>	<i>Riesgos</i>	<i>Sistemático</i>	<i>Apoyo</i>
<i>Riesgos</i>	0.382 0.000			
<i>Sistemático</i>	0.267 0.000	0.185 0.001		
<i>Apoyo</i>	0.290 0.000	0.308 0.000	0.371 0.000	
<i>Información</i>	0.243 0.000	0.140 0.015	0.378 0.000	0.339 0.000

Cell Contents: Pearson correlation  
P-Value

Elaboración propia

## Análisis

Contribución a la elaboración de un perfil de características empresariales en los universitarios

Durante el desarrollo de esta investigación se encontró que se han difundido ampliamente estados del arte y revisiones de literatura sobre el tema, lo que demuestra la importancia de contribuir con estrategias que induzcan al emprendimiento favorable.

A partir de los primeros hallazgos de la investigación se refuerza que, aunque ciertos aspectos para ser un empresario se han vuelto más difíciles, los emprendedores y nuevos empresarios podrían afrontar el reto con la adquisición de habilidades novedosas y mejoras en su capacidad de innovación. Se expone que, generando estrategias apropiadas partiendo de la revisión del nivel actual de las características personales empresariales, el esfuerzo invertido podría ser más efectivo y eficiente al ser focalizado.

Es importante resaltar que implica asumir la responsabilidad de desarrollar las competencias pertinentes y de mayor impacto. Por ello es recomendable iniciar con el conocimiento del nivel de las Características Empresariales Personales CEPs de nuestros educandos. En la Gráfica 2 se presentan los valores para dicho perfil a partir de los promedios.



Un tema que queda expuesto en los resultados con las muestras de México, Colombia y Brasil, es que a lo largo de los años se ha permeado la importancia de tener Metas al momento de emprender y Autoconfianza para ello. Significa que en el proceso se va adecuando el ambiente para el emprendimiento, por lo que en este sentido, se requiere mantenimiento a través del fomento a la cultura emprendedora. Hong, Hong, Cui y Luzhuang (2012) acotan que es en la etapa de la vida universitaria donde el estudiante define sus perspectivas futuras a corto y mediano plazo, planteándose diversas posibilidades al egresar, las cuales varían a partir de sus características personales, sociales y culturales. Así, la educación empresarial tiene un efecto en el emprendimiento derivando en la

importancia de prestar atención al estudiante emprendedor – empresario para asegurar que reciba la formación adecuada.

Ahora bien, acercar las buenas prácticas entre países y universidades, dicta que sería recomendable identificar lo que ha acontecido para que las medias de Iniciativa Trabajo, Calidad, Riesgo, Metas y Sistemáticos sean iguales en los tres países, y así poder coordinar programas conjuntos para la mejora continua.

Para el caso de Persistencia, Información y Redes de Apoyo donde repunta Brasil, sería recomendable profundizar cómo lo ha logrado y en este mismo sentido saber qué hace México en términos de Autoconfianza y que pudiera ser compartido con los otros países.

## **Conclusiones**

Las instituciones de educación superior están integrando con mayor frecuencia aportes en el tema de cultura emprendedora en sus planes de estudio, de ahí que investigaciones como la presente pueden servir de orientación para tal objetivo. La formación de emprendedores y el desarrollo de habilidades empresariales además de enseñar herramientas, requiere del establecimiento de lineamientos estratégicos que estimulen y potencialicen las características empresariales personales de nuestros universitarios.

La elaboración de un perfil del emprendedor que, si bien no es universal sí es actual, facilita la identificación de las áreas de oportunidad a aquellos docentes interesados en el fomento de la cultura emprendedora desde las aulas universitarias.

En este ejercicio se han detectado características que pueden potenciarse y otras que debieran mejorarse según se aprecia en la Gráfica 2. Como el caso de las CEPs Metas y Autoconfianza que según los hallazgos, se encuentran presentes con los mayores niveles en el perfil. Es así que para mejorarlas se recomienda que sea a través de conferencias motivacionales específicas y preferentemente interdisciplinarias. Imprescindibles, son las dinámicas de comunicación y presentación de proyectos de alto impacto.

Otro caso partiendo de estos hallazgos, es que se requiere desarrollar actividades que conlleven la planeación y seguimiento para mejorar la CEP Sistemático. Para tal efecto es recomendable que en los planes de estudio se considere integrar componentes empresariales y fomento al autoempleo que focalicen esfuerzos en trabajos integrativos por parte de los estudiantes. Se exhorta a utilizar

herramientas novedosas para algunas instituciones como: lean canvas, lean startup, design thinking o talleres de creatividad.

En relación a la Calidad, que antes era precisa en función de las características y atributos de los productos; hoy en día, se ha modificado el enfoque y se define en concordancia a las necesidades del cliente. Desde este punto de vista, un producto o servicio es de calidad cuando satisface las expectativas del cliente. Así que en cuanto a herramientas para potenciar la CEP Calidad, será necesario aprender y en su caso desarrollar técnicas que permitan al emprendedor / empresario identificar las expectativas del cliente y consumidor. Entre las primordiales están los cuestionarios y encuestas, tanto en línea como presenciales, lo mismo que su interpretación efectiva. Una vez obtenida la información podría integrarse a un proceso de diseño estratégico.

El tema de desarrollo empresarial y la CEP Trabajo visto como el progreso que experimenta la empresa como consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo, requiere también de habilidades específicas que deberán desarrollar los estudiantes. Sin duda alguna, este caso debería atenderse a partir de las prácticas en campo y realineación de las prácticas profesionales a través del mayor acercamiento al mercado laboral y de servicios.

Ahora bien, la formación del docente se hace necesaria en aras de que el proceso de enseñanza - aprendizaje esté orientado a propiciar y promover el emprendimiento del futuro profesional, mediante la utilización de estrategias didácticas y de evaluación innovadoras y funcionales. Las herramientas sugeridas están disponibles en muchos formatos, desde bibliografía especializada hasta tutoriales en Internet. Hay que ser claros al transmitir a los estudiantes que para crear una empresa, es decir el rol del emprendedor como empresario, además del producto o servicio, debe demostrar que conoce el mercado y que la tecnología aplicada a su proyecto también resolverá problemas. No se omite en este punto recomendar y reiterar la importancia de la realización de talleres que posibiliten que el estudiante practique el emprendimiento.

Finalmente, es claro que la participación del docente en este sentido es ineludible. Por lo que sería importante desarrollar espacios de colaboración y discusión de iniciativas sobre el tema de emprendimiento con grupos multidisciplinarios que lleven a nuevos descubrimientos para facilitar la formación de emprendedores en nuestras instituciones de educación superior.

## **Referencias**

Bygrave W. y Minniti M. (2000). The Social Dynamics of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 24. Núm. 3 León, España, Ed. Universidad de León.

- Cano, C., García, J. y Gea, A. (2003). *Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios*, (146-160) Almería, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería y Consejo Social de la Universidad de Almería
- DRAE Diccionario Real Academia Española, 2016.
- Formichella, M. (2002). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Monographic, Buenos Aires: Tres Arroyos, INTA.
- Gibb, A. (1999). *Creating an entrepreneurial culture in support of SME*. Small Enterprises Development Vol.10, no.4.
- Gilder, G. (1984). *The Spirit of Enterprise*, Nueva York: Simon & Schuster; trad. esp. (1986): *El espíritu de empresa*, Madrid: Espasa- Calpe.
- Global Entrepreneurship And Development Institute. <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>recuperado diciembre 2018
- Global Entrepreneurship Monitor. *Informe Ejecutivo, 2017-2018 GEM: España*
- Gutiérrez Montoya. G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: educando para el futuro. *RETOS Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1 (2), 49-68.
- Hong, Z., Hong, T., Cui, Z. y Luzhuang, W. (2012). Entrepreneurship quality of college students related to entrepreneurial education: Empirical study on psychological and behavioral characteristics. *Energy Procedia*, 17, 1907-1913, doi: <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.02.331>
- Management Systems International (Washington). Cuestionario. Recuperado el 10 de Junio de 2010, en: <http://www7.uc.cl/sociologia/diplomadoser-cotec/paginas/modulos/doc>
- Mullins, J. (2006). Can we teach entrepreneurship? *Business Strategy Review* Volume 17, Issue 4, pages 13–17, Winter 2006
- Páez S., D. y García R., J. (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, () 52-69. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20623157005>
- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento*. México: Pearson.
- Rodríguez, A. (2009). *Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial*. Pensamiento & Gestión N° 26. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>
- Schumpeter, J. (1951). *Economic Theory and Entrepreneurial History*, in R. V. Clemence, ed., *Essays on Economic Topics of Joseph Schumpeter*. Port Washington, NY: Kennikat Press.
- Sparano, H. (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial*, vol. 12, núm. 2, p. 95-106.
- Spinelli, S. Jr. & Adams, R. (2016). *New venture creation. Entrepreneurship for the 21st century*. 10 ed. U.S.A: Mc-Graw-Hill Irwin
- Timmons, J.A. Spinelli, S. (2004). *New venture creation-entrepreneurship for the 21st century*, 6ª ed. U.S.A: Mc Graw Hill

- UNESCO (2015), Declaración de Incheon: Educación 2030. <http://es.unesco.org/world-education-forum-2015/about-forum/declaracion-de-incheon>
- Uriarte, J. y González, P. (2007). *Métodos e instrumentos de evaluación psicológica de jóvenes emprendedores*. España. <http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-264-1-metodos-enstrumentos-de-evaluacion-psicologica-de-jovenes-.html>
- Vargas, J.. (2007). *La culturocracia organizacional en México*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2007b/301](http://www.eumed.net/libros/2007b/301)
- Veciana, J. M. y Urbano, D. (2000). *Investigación sobre la asignatura de Creación de Empresas en la universidad española*. Departamento de Economía de la Empresa (Universidad Autónoma de Barcelona).