

## EL DESARROLLO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA VISIÓN EMPRESARIAL

(The development of entrepreneurial culture in college students to strengthen business culture)

---

Carlos Hernández Rodríguez\*  
Raúl Manuel Arano Chávez\*\*

### RESUMEN

La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y emprendían en algo nuevo e innovador. La cultura emprendedora es un concepto que se ha venido involucrando en los estudiantes universitarios por parte de diversos organismos, tanto públicos y privados, en muchas universidades, no es un tema que se aborde en las distintas Licenciaturas, este concepto se puede encontrar en las carreras del área económico-administrativa, esto debido a la naturaleza de ellas, sin embargo hoy en día y ante la problemática de falta de empleo es importante trabajar en este concepto e intentar que los estudiantes desarrollen una cultura para emprender un negocio y propiciar la apertura de fuentes de empleo.

### Palabras clave

Cultura emprendedora, visión empresarial, negocios

### ABSTRACT

*The entrepreneurial culture has existed since ancient times, they had needs to innovate to survive and have a better life, but despite this did not look like an entrepreneurial culture, more than that saw him as new inventions that allowed satisfy certain needs of society, for those times you are experiencing and undertook something new and innovative. The entrepreneurial culture is a concept that has been involved in college students by various organisms, both public and private, in many universities is not a topic that is covered in the various Bachelor, this concept can be found at the races economic-administrative area, this due to the nature of them, however today and to the problems of joblessness is important to work on this concept and try that students develop a culture to start a business and promote the opening of sources Job*

**Keywords:** *entrepreneurial culture, business vision, business*

**Classification JEL:** *I12, M05, N08*

---

\* Doctor en Educación; email: drcarloshr@gmail.com

\*\* Doctor en Administración, Investigador del IIESCA-UV; email: rarano@me.com

## I. INTRODUCCIÓN

**E**n nuestro país como en la mayoría de los países existe incapacidad por parte de los Gobiernos por abrir suficientes fuentes de trabajo. Y son las empresas las que generan el mayor número de plazas para nuevos profesionistas.

En los últimos 20 años se ha impulsado la creación de pequeñas empresas a través de diversos esquemas de apoyo de financiamiento, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta los jóvenes que egresan de la Universidades es la carencias de oportunidades para emplearse, provocando una serie de problemáticas tanto sociales, económicas y de otra índole. Por lo anteriormente mencionado es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ello una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante el deseo de abrir una empresa y que no esté destinada a cerrar como ocurre en la mayoría de los negocios que no alcanzan a estar en el mercado más de un año. Por la naturaleza de algunas Licenciatura (dedicadas al estudio de la administración, negocios, mercadotecnia entre otros) los egresados de estas podrían entenderse qué es o significa la cultura emprendedora y hasta cierto punto se ha desarrollado en ellos el interés por ser empresarios y contar con su empresa al concluir sus estudios, pero en otras áreas de estudio no se sabe a ciencia cierta en qué grado los alumnos despiertan su interés por emprender un negocio.

Como se mencionó anteriormente en la actualidad encontrar un empleo se vuelve cada vez más complejo y sobre todo ante un mercado laboral que no se encuentra en las mejores condiciones de desarrollo; entonces, inculcar en los alumnos una visión que tienda al desarrollo de negocios propios, puede ayudar no sólo a la reactivación económica sino a la creación de fuentes de trabajo.

En este trabajo se analizan las cifras oficiales de desempleo, se intenta describir qué es la cultura tecnológica, también se aborda el tema de visión empresarial para

terminar con el reto de podrían tener los egresados, que es abrir un negocio.

## II. EL DESEMPLEO EN MÉXICO

En México existe un problema de desempleo; el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reporta que existen cerca de 2.46 millones de personas que no cuentan con una fuente laboral formal. Este organismo indica que el desempleo se ubicó durante el mes de enero de 2012 en 4.9%, el nivel más bajo desde 2008; la cifra de personas sin ocupación alcanzó 2.4 millones. (INEGI, 2014)

Según datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo en el año 2012, la tasa de desocupación de hombres fue de 4.88%, es decir 1.5 millones sin trabajo, mientras que la cifra de mujeres se ubicó en 4.93%, más de 952 mil desempleadas. El INEGI hace mención que los estados con mayor cifra de desempleados son: Tamaulipas, Aguascalientes, Chihuahua, Baja California y Coahuila.

En el estado de Veracruz de acuerdo a información revelada por el INEGI, la Tasa de Desocupación (TD) incrementó de 3.67 en septiembre de 2012 a 4.19 en septiembre de 2013, las cifras indican que en Veracruz y en México, año con año, en vez de disminuir, el desempleo se incrementa.

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la tasa de desempleo en México permaneció estable en el año 2012, descendió durante 2013, de igual manera puntualizo que el empleo informal sigue siendo un tema de preocupación en México, por lo que recomienda una reforma integral del mercado de trabajo para abordar los principales problemas estructurales en este ámbito. (OCDE, 2014). Este mismo organismo expuso que el tercer trimestre de 2009 se alcanzó un máximo de 5.8%, para el 2012 la tasa de desempleo disminuyó a 5.1% en el primer trimestre, cifra que casi coincide con la reportada por el INEGI para ese mismo período y que se mencionó anteriormente.

Al cierre de 2014 la tasa de desempleo en México fue de 4.8%, la tercera más baja entre los países de la Organización

para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), sólo detrás de Corea y Japón.

Según ese organismo internacional muestran que en 2014 la tasa de desempleo en México ligó cinco años a la baja, y estuvo por debajo del promedio de la OCDE, de 7.3%, el año pasado. Además se puntualiza que en 2014 la tasa de desempleo fue de 9.5% entre los jóvenes mexicanos (de 15 a 24 años) y de 3.8% entre los mayores de 25 años y más, mientras que la tasa de desempleo en las mujeres fue de 3.9% y de 4.8% en los hombres. (OCDE, 2014). De acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en el tercer trimestre todas las modalidades de empleo informal sumaron 28.9 millones de personas, con un descenso de 1.5 por ciento respecto a igual periodo de 2013 y representó 58.1 por ciento de la población ocupada (Tasa de Informalidad Laboral). (ENEGI, 214). En esta misma encuesta se señala que las entidades que observaron las tasas de desocupación más altas en el tercer trimestre fueron el Distrito Federal con 7.3 por ciento, Nayarit 7.0 por ciento, Baja California Sur y Querétaro 6.9 por ciento, cada una, Sonora 6.8 por ciento, Aguascalientes y Tabasco 6.3 por ciento, y Durango y Tamaulipas 6.2 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA).

En contraste, agrega, las tasas de desocupación más bajas fueron para Guerrero con 2.1 por ciento, Campeche 2.8 por ciento, Oaxaca 3.2 por ciento, Yucatán 3.3 por ciento, Michoacán 3.4 por ciento, San Luis Potosí 3.5 por ciento, Chiapas 3.7 por ciento y en Veracruz 3.9 por ciento. (ENEGI, 214). Esta encuesta también indicó que el 22% de los desocupados no había finalizado la Secundaria, mientras que el restante 78% tenía estudios superiores. El INEGI explica que, en promedio, la población ocupada trabajó en el tercer trimestre de 2014 jornadas de 43 horas por semana.

Cifras oficiales ubican la tasa de desempleo en México en un 4.9%, mientras que en el caso del sector de la población que se ubica en la franja de los 20 a los 29 años alcanza el 8.44%. (INEGI, 2014)

Para la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) como consecuencia del fenómeno de la sobre-educación y la imposibilidad del sistema económico de proporcionar puestos de trabajo acordes a las condiciones del capital humano, en México, actualmente, el desempleo afecta al 40% de los egresados universitarios (ANUIES, 2013).

Además la ANUIES señala que las empresas se aprovechan de la situación de desequilibrio del mercado para contratar personal más calificado a menores sueldos. Y además menciona que hay quienes responsabilizan, en parte, al sistema educativo alegando que las universidades no contemplan las necesidades y expectativas de los empleadores y, por eso, los egresados se gradúan con muchos conocimientos generales pero pocos de las tareas reales. Y hace mención que en los últimos diez años, el número de profesionales en el país se incrementó en un 2,8% pero, de ese total, un 16% se mantuvo inactivo. La tasa de desempleo, en el área profesional subió de 2,3% al 5,1%.

Los datos expuestos muestran que cada vez existe complejidad para que los egresados universitarios tenga la posibilidad de conseguir un empleo en su área de formación, por lo tanto se han creado programas de gobierno para estimular o impulsar la apertura de nuevos negocios, existen programa universitarios para desarrollar en los estudiantes un nivel superior una cultura emprendedora, pero en muchos casos, estos programas tienen tendencias en buscar solamente a los jóvenes que cursan Licenciaturas del área Económico-Administrativas, quizás sea por el perfil de formación de estos estudiantes.

De igual manera la Red Universitaria Iberoamericana de Incubación de Empresas (*RedEmprendia*), formada por doce universidades, y Banco Santander han puesto en marcha un conjunto de actuaciones para dinamizar la relación universidad-empresa y fomentar la cultura emprendedora. Entre ellas destacan varios programas destinados a fomentar la movilidad y el intercambio internacional de profesores, estudiantes, tutores, asesores

empresariales y técnicos entre empresas incubadas, para mejorar la preparación y favorecer el flujo de ideas entre los profesionales que trabajan en ellas. (Universia)

### III. CULTURA EMPRENDEDORA

La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y a emprendían en algo nuevo e innovador.

Con el paso de los años la cultura emprendedora fue teniendo un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante ya que les interesa crear mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas.

En México se empezó a introducir este tema, ya que el índice de empleo en nuestro país comenzó a mostrar contracción y se pretende motivar a las personas a crear y emprender nuevas empresas para ofrecer empleos y crear un mayor desarrollo empresarial. Emprender, en un sentido amplio, apunta a tomar decisiones con algún riesgo; en un sentido más restringido, a crear empresas, donde el riesgo es mayor. En ambos casos planteamientos económicos que la escuela puede despertar, alentar o fortalecer.

También emprender es la habilidad con la que cuentan las personas, que son capaces de proyectar ideas innovadoras y hacerlas posibles con sus actos, la cultura emprendedora está ligada con la innovación, por lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad, aunque también la cultura emprendedora no solo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. En esta competencia se apoyan todas las personas dentro de su vida cotidiana, en casa y en la sociedad, luchando por ser mejores que los demás y creando nuevas ideas y nuevas

formas de vida para mejorar cada día y estar en la competencia diaria con las demás personas. (Kantis et al, 2011)

Hablar de espíritu emprendedor significa hacer referencia a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, en nuestro caso, y otras más específicas, vinculadas al desarrollo profesional como empresario o empresaria y que se apoyan en las primeras. (Alemany y Álvarez, 2011)

En algunos países las políticas de empleo, educación y economía se basan en la cultura emprendedora, para poder desarrollar mejores y nuevas oportunidades de trabajo y empresas, para poder tener un mejor desarrollo a nivel de competencia en su país, por lo consiguiente la cultura emprendedora es un hábito que se debe inculcar en México para poder estar en competencia con los demás países y poder desarrollar un mejor nivel de vida.

Según una encuesta del Eurobarómetro, realizada en 2004, los estadounidenses son un 16% más propensos a trabajar por cuenta propia que los europeos, si bien esta proporción varía de unas regiones a otras (en los países del sur de Europa, por ejemplo, se manifiesta una mayor preferencia por el empleo por cuenta propia que en el resto). Adicionalmente, las empresas europeas crecen a un ritmo más lento y, en la década de los noventa, sólo una de cada veinte pymes podía recibir el calificativo de gacela, frente a una de cada cinco estadounidenses. (Eurobarometer, 62).

Al plantear la pregunta de ¿qué es un emprendedor?, inmediatamente se tiene la idea de un personaje, sin importar el campo de acción, que inicia o emprende determinada actividad o proyecto. Aquel sujeto que se dispuso a realizar algo, ya que sea esto un negocio, entender el término emprendedor en el entorno de la administración, sea esta pública, privada, no gubernamental; de los nuevos negocios y de la economía en general. Por supuesto todo esto con carácter innovador, se basa en transformar para competir, mejorar o ya sea impulsar un proyecto. (Alemany y Álvarez, 2011).

Es necesario hacer hincapié, en mejorar la imagen de las personas que se dedican a los negocios y de sensibilizar sobre el valor de ser empresario. Se deben presentar modelos y destacar el comportamiento responsable de muchas personas empresarias que respetan las necesidades, tanto actuales como futuras, de nuestra sociedad. Para permitir que todos puedan aprovechar las oportunidades que respondan a sus ambiciones, serían precisas actividades promocionales, que presenten formas diversas de ser empresario.

Durante mucho tiempo el crecimiento económico y, en especial el empleo, estuvieron asociados a las grandes empresas, lo que las convertía en un lugar de trabajo ideal una vez finalizado el ciclo educativo. Sin embargo, a partir de la década de los 80 del siglo anterior, se empezó a demostrar que la generación de nuevos empleos se concentraba principalmente en las empresas nuevas y pequeñas.

Se necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales. Para alcanzar este objetivo, todas las propuestas realizadas desde el ámbito europeo en torno a la educación y la formación recogen la importancia de incluir dentro del grupo de competencias básicas cinco nuevas habilidades: tecnologías de la información, idiomas extranjeros, cultura tecnológica, espíritu emprendedor y habilidades para la socialización. (Alemany y Álvarez, 2011)

No existe una definición comúnmente aceptada de cultura emprendedora. Algunos autores la consideran una actividad muy específica, relacionada con la destrucción creativa de Schumpeter, otros han puesto el enfoque en el descubrimiento de oportunidades otros se han centrado en la creación de nuevas empresas o en la generación de nuevos proyectos innovadores. En términos generales, la cultura emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, y las personas que las

descubren, evalúan e innovan. Además, aunque no la requiera, la cultura emprendedora puede incluir la creación de nuevas organizaciones. (Alemany y Álvarez, 2011).

La Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde El espíritu Empresarial en Europa (2003), la define como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social.

La iniciativa emprendedora incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones (sean positivas o negativas), de terminar lo que se empieza, de saber en qué dirección se está yendo, de establecer objetivos y cumplirlos, y de tener la motivación necesaria para el éxito (Comisión Europea, 2004). Lo que se recomienda es que la formación emprendedora esté dentro del plan de estudios y para todas las áreas del conocimiento, es un gran avance, ya que no da margen a elegir si participan o no los estudiantes en este tipo de actividades; esto permite que el estudiante adquiera habilidades, capacidades y mente emprendedora como parte de su formación en la Institución. Además es importante desarrollar actividades extracurriculares que fortalezcan la formación emprendedora en el estudiante.

Cada institución educativa tiene un modelo educativa con sus características propia; sin embargo es necesario que las autoridades que dirigen las Instituciones de Educación Superior y que son los que toman las decisiones importantes, consideren que la cultura emprendedora es parte de la formación de sus estudiantes, esto podrá facilitar la labor y esfuerzo del Gobierno por fomentar programas de apoyo a los egresados que se conviertan en generadores de empleo.

La mayoría de los Países en el mundo tienen altos índices de desempleo,

porque sus gobernantes no han sido capaces de planear en forma conjunta con los inversionistas y líderes empresariales como satisfacer las necesidades de empleo de sus ciudadanos. Es momento que las Universidades tomen el liderazgo en la formación de jóvenes con visión empresarial para que al momento de egresar tengan la capacidad de generar proyectos de negocio que den empleo a otras personas. (Trias, 2007)

#### **IV. VISIÓN EMPRESARIAL**

La visión emprendedora se considera muy relevante en todos los ámbitos de la sociedad, es especialmente significativa entre los jóvenes, caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor temor al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que los hacen mayores candidatos a llevar a cabo este tipo de proyectos.

Se entiende a la visión como el lugar a dónde queremos llegar, como nos vemos en un tiempo determinado, luego entonces la visión empresarial es la proyección a futuro de una persona como empresario con un negocio establecido y con éxito. Lo anterior probablemente es la visualización que ha tuvo un empresario cuya empresa se ha establecido y ha crecido en el mercado. (Trias, 2007). Por lo anterior, el desarrollo esta tipo de visión en los estudiantes universitarios es tarea importante de las instituciones de educación superior, para lo cual el diseño de estrategias para este fin es tarea no solamente de la dirección, sino de un grupo de personas dedicadas a la tarea del desarrollo de una cultura emprendedora que promueva la visión empresarial

No se puede entender una diferente visión de la cultura empresarial o emprendedora de manera aislada a alejada de los procesos de globalización. La globalización es inevitablemente recurrente en el desarrollo de nuestro sistema económico, nos lleva a pensar en la cada vez mayor integración a nuevos mercados internacionales, posibilitando la comercialización global de bienes y servicios.

Hay dos agentes que intervienen dentro del contexto económico empresarial

de cada sociedad; el crecimiento y el desarrollo. El crecimiento empresarial tienen lugar con o sin el desarrollo y el desarrollo puede ocurrir con o sin el crecimiento. El crecimiento es el incremento en tamaño y número, estrictamente hablando. Al contrario del desarrollo que sí tiene límites (Ramírez, 2005).

El desarrollo empresarial es un proceso en el que el individuo aumenta su capacidad y pretende satisfacer sus propios deseos y los de los demás. Es un crecimiento en capacidad y en potencial, el desarrollo empresarial es sin duda un proyecto de mediano y largo plazo.

Las empresas tienen como una de sus responsabilidades básicas la generación de riqueza, por llamarle de alguna otra manera: la creación de valor. La empresa es toda aquella unidad básica de producción, es decir el conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad (Ramírez, 2005).

La visión empresarial puede ser local, regional o de mayor amplitud, México se encuentra inmerso en un contexto global. Con la maduración de los mercados locales; existen empresas que buscan su expansión internacional, por lo que es imprescindible que nuestro país priorice las políticas que impulsen la competitividad y la productividad; promoviendo así, una mayor participación en los mercados internacionales, por lo tanto la visión empresarial se vuelve global en la medida que las personas se visualicen globales (Trias, 2007). Lo anterior conlleva a que las universidades deben inculcar en sus estudiantes una visión empresarial global y no solo local, aunque las microempresas son netamente locales, una visión amplia del mercado puede provocar en el empresario el deseo de ampliación y crecimiento.

La tarea de incorporar una cultura emprendedora en la universidad no resulta tarea sencilla pues ello implica todo un desafío que representa rediseñar el modelo educativo existente, sus objetivos y estrategias para sentar las bases educativas y formativas que fomenten la mentalidad empresarial de los alumnos, considerando en

esto la intervención de otros agentes de cambio y nuevos roles que le permitirían cumplir el reto impuesto por la sociedad que le demanda mayor participación en el proceso del desarrollo económico y social del país, a lo anterior se le debe sumar la predisposición existente para asumirla por parte de sus miembros y en especial por parte de quienes la dirigen. (Ramírez, 2005).

Se puede resumir que los factores idóneos para el surgimiento del espíritu emprendedor son: la libertad, la educación, el entorno y un fortalecido escenario institucional. (Gutiérrez, 2012). A continuación se detallan estos cuatro componentes descritos por Gutiérrez (2012):

- **La libertad** es uno de los componentes para el nacimiento de un espíritu emprendedor, teniendo en cuenta que la actitud de todo emprendedor involucra comenzar, investigar, arriesgarse, las mismas sólo son posibles en un ambiente de libertad, pues sólo él puede dar la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, para así realmente poder aprovechar las oportunidades.
- **La educación** es otro factor que sin duda alguna ejerce una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor pues permite avizorar las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.
- **El entorno** o el medio en el que se desempeña un emprendedor es uno de los factores también importantes, en el sentido de que es ahí donde se desarrolla el emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente donde es más bien coartado. El tiempo y el esfuerzo que establezcan los emprendedores lograrán conseguir cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora.
- **El escenario institucional**, resulta también primordial para favorecer el

nacimiento del espíritu emprendedor debido a que regula las actividades económicas y sociales, siendo indispensable un escenario sólido que logre proyectar un futuro con reglas claras establecidas, además de generar un acceso a la información ya que ésta es fundamental para la toma de decisiones.

## V. EL RETO DE LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS: EMPRENDER UN NEGOCIO

Para emprender un negocio se utiliza un enfoque sistémico centrado en la identificación y el análisis de los factores que proceden en las diferentes etapas del proceso emprendedor: a) la gestación del proyecto empresarial; b) la puesta en marcha del proyecto; y c) el desarrollo inicial de la empresa. (Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia de España, 2007)

De acuerdo con este proceso, en la primera etapa nace la motivación para emprender, se identifica la idea de negocio y se elabora el proyecto de empresa, después se pone en marcha involucra la decisión final de crear la empresa. Las acciones y los compromisos del emprendedor con el proyecto se inician en la etapa anterior, aquí deberá reunir y organizar los recursos, además de poner en riesgo activos materiales e inmateriales. Luego, en el desarrollo inicial de la empresa, el emprendedor deberá enfrentar los desafíos de la gestión durante los primeros años, pues tanto el proyecto como su propia capacidad de gestión se pondrán a prueba en el mercado. (Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia de España, 2007)

La falta del desarrollo de una cultura emprendedora, puede traer como consecuencia que los egresados universitarios, traten de ser empleados y por ende una grave consecuencia es la escasez de empleo, y un deterioro en la economía del país, la esperanza de un gobierno es que la sociedad participe abriendo fuentes de empleo a través de nuevas empresas, datos de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal el 92% de las empresas en México son micro y generan más 90% de las fuentes de empleo del sector empresarial.

Como se mencionó, el egresado universitario busca emplearse, esperando obtener un excelente puesto laboral y buen salario. En su mayoría los egresados universitarios descartan la idea de emprender su propio negocio. El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), busca incentivar el emprendurismo, la necesidad de ser emprendedor se justifica para generar mayores empleos en el país, este Instituto intenta que los jóvenes desarrollen la creatividad, aplicándola a la creación de nuevas empresas y productos.

Emprender no sólo es crear un nuevo producto o iniciar nueva empresa, sino también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado. Para emprender; es necesario tener visión hacia las necesidades del consumidor y cuáles son sus exigencias. (Ortiz, 2003). Otro factor importante por el cual muchos jóvenes universitarios recién egresados no se atreven a emprender un negocio es el temor al fracaso, al no cumplir expectativas propias de su nuevo negocio, y cabe mencionar que actualmente en nuestro país se han llevado a cabo una serie de reformas fiscales, provocando incertidumbre entre los que ya cuentan con un comercio establecido y con aquellas personas que desean abrirlo, el cambio de régimen fiscal para algunos negocios podría desalentar la apertura de éstos o el cierre de algunos, por lo anterior cobra importancia conocer cómo conciben a la cultura emprendedora los estudiantes.

Una de las ventajas de contar con una mentalidad emprendedora, es tener la facilidad de manejar una empresa independiente o un producto conforme a lo que se crea necesario, siendo así mismo el "propio jefe", aun corriendo el riesgo de tomar decisiones equivocadas y así llevar al borde de la quiebra el negocio.

La cultura emprendedora debe ser tomada por las universidades como un programa importante para desarrollar en los estudiantes la sensibilidad de ser empleadores y apoyar al crecimiento económico del País. Dentro de la formación de los estudiantes en la Universidad es importante fomentar el desarrollo de la cultura emprendedora, para que éstos al egresar de la institución se conviertan en un

elemento clave de desarrollo, así mismo, tengan la ventajas, de no incluirse en el campo del desempleo, ya que como se ha estado mencionando anteriormente, es una de las mayores problemáticas en el país. (Godínez y Viguera, 2010). Además, la cultura emprendedora en muchas ocasiones es innata a la persona; el INADEM trata de identificar cuál es el pensamiento de los estudiantes en cuanto a este tema, y con ello identificar las razones o motivos por los cuales tienen la visión o no, de ser empresarios.

Es necesario considerar los cambios culturales que afectan a la juventud mexicana en sus actitudes y expectativas frente al mundo del trabajo, inducidos entre otros factores por exposición a los medios de comunicación de masas y por el generalizado incremento en sus niveles de educación formal, los cuales conducen a una elevación de sus expectativas, cuya frustración produce serias consecuencias en los terrenos de la autoestima personal y el resentimiento social. (Godínez y Viguera, 2010).

El desempleo juvenil, especialmente cuando se encuentra vinculado a situaciones de pobreza y de exclusión social, es hoy uno de los problemas fundamentales de la sociedad mexicana y probablemente constituirá uno de los grandes retos de su desarrollo durante las próximas décadas. El problema obedece a determinantes propios de la historia y de la estructura socioeconómica de la región y ha sido agudizado por los impactos de los ajustes macroeconómicos asociados al cambio experimentado recientemente en sus modelos de desarrollo, pero también se inserta en tendencias generales del proceso global de cambio técnico y de la organización productiva. (Godínez y Viguera, 2010)

El discurso extendido a nivel mundial sobre la concepción de una Cultura Emprendedora y en especial al interior de la universidad le concede a ésta la tarea de emprendimiento al incorporar a sus funciones tradicionales de enseñanza, investigación y extensión una función de contribución al desarrollo económico y social del país.

## VI. CONCLUSIONES

Para concluir este trabajo se reitera la importancia desarrollo de la cultura emprendedora (emprendurismo) en los estudiantes universitarios en la actualidad, como aporte tanto en la generación de empleo como en el crecimiento económico y la innovación. La cultura emprendedora se define como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social, y no sólo para sus propietarios, sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos como empleados, clientes, proveedores y sociedad en general, pues un negocio fortalecido y en crecimiento genera oportunidad de trabajo no solo en las personas contratadas como parte del personal de la empresa, también genera el crecimiento en otro negocio que es el proveedor, desarrollando una cadena de oportunidad y de generación de riqueza.

En el trabajo se expusieron una serie de datos en cuanto al desempleo en nuestro país y cómo afecta este fenómeno a los jóvenes que recién egresan de la universidad, también se mencionaron a distintas dependencias de gobierno y organismos independientes que han intentado inculcar en los universitarios la visión empresarial. Si consideramos que cada vez se vuelve más complejo la oportunidad de empleo en los recién egresados de la universidad, una alternativa de solución es conseguir que ellos abran empresas generando no solo empleos sino contribuyendo al crecimiento económico, el Sistema de Información Empresarial Mexicano de la Secretaría de Economía Federal reporta que existen en México 614 746 empresas, sin embargo un porcentaje de ellas no alcanza a cumplir el año de vida, en otros factores se debe a la escasa visión empresarial de las personas que abrieron esos negocios.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alemany I., Alvarez C., Planellas M., (2011), *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Editorial Esade- Fundación Príncipe de Girona, España.

Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia (2007), *Fomento del Espíritu Emprendedor en la Escuela*, Print A Porter Comunicación, España, Depósito Legal, M-54752-2007

Comisión de las Comunidades Económicas Europeas (2003), *El libro verde. El Espíritu Empresarial en Europa*, Publicaciones de la DG Empresa, sin ISBN

Eurobarometer, 62, (2004), Informe Nacional de España, otoño del 2004, La Opinión Pública de la Comisión Europea

Godínez A. y Viguera, a. (2010) "Los jóvenes mexicanos en el marco de la globalización" en Revista Universitaria digital de ciencias sociales, 1 de julio del 2010, ISSN 2007-2236

Gutierrez H., López R. A.M., Luis J., y Amador M., Ma. E.: "*El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de Contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – Centro Universitario de los Altos – Un análisis comparativo*" en Revista Caribeña de Ciencias Sociales, octubre 2012

Kantis H., Angelelli P. y Moori K. V.a (2008), *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*, Editado por el Banco Mundial de Desarrollo, Nueva York, USA, ISBN: 1931003785

Ortiz S. R. (2003), *Visión y Gestión Empresarial*, Ediciones Paraninfo, España, ISBN 978-849-7322-40

Ramírez H. L. (2005), *La competitividad de la nueva visión empresarial en México*, artículo publicado en la Revista Episteme, No.4, año 1, ISSN: 1665-9317

Trias F. (2007), *El Libro Negro del Emprendedor: No digas que no te lo advirtieron*, Editorial Empresa Activa, Barcelona, España, ISBN: 978-849-662-72-60.

### • INTERNET

Asociación Nacional de Universidades de Instituciones de Educación Superior (ANUIES), [www.anuies.mx](http://www.anuies.mx)

Centro de Estudios Económicos del Sector privado, A.C., [www.ceesp.org.mx](http://www.ceesp.org.mx)

Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), [www.inadem.org.mx](http://www.inadem.org.mx)

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia (INEGI) 2014, [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), [www.ocde.org/centrodemexico](http://www.ocde.org/centrodemexico) y [www.oecdbetterlifeindex.org/es](http://www.oecdbetterlifeindex.org/es)

Secretaría de Economía, [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx)

Universia México, [www.universia.net.mx](http://www.universia.net.mx)