



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

**ANÁLISIS DE LAS CAUSAS QUE DETERMINAN EL EMPRENDIMIENTO EN LA
CARRERA DE MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS DE LA UAEQROO.**

TESIS

Para obtener el grado de

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA

MARTHA KARIME TUCUCH LIZAMA

DIRECTORA DE TESIS

DRA. NANCY ANGELINA QUINTAL GARCÍA

ASESORES

DRA. JACQUELINE GANZO OLIVARES

DR. LUIS GERMÁN SÁNCHEZ MÉNDEZ

DR. UZZIEL JAPHET VEGA CADENA

DR. JOSÉ FRANCISCO TAMAYO GARZA





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

“Análisis de las causas que determinan el emprendimiento en la carrera de mercadotecnia y negocios de la UAEQROO.”

Presenta

Martha Karime Tucuch Lizama

Tesis elaborada bajo la supervisión del Comité de Tesis del programa de licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES COMITÉ DE TESIS:



DIRECTOR (A): _____

Dra. Nancy Angelina Quintal García



ASESOR (A) TITULAR: _____

Dra. Jacqueline Ganzo Olivares

ASESOR (A) TITULAR: _____

Dr. Luis Germán Sánchez Méndez

ASESOR (A) SUPLENTE: _____

Dr. Uzziel Japhet Vega Cadena

ASESOR (A) SUPLENTE: _____

Dr. José Francisco Tamayo Garza

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	8
OBJETIVO GENERAL	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
HIPÓTESIS	8
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO	10
EL EMPRENDEDOR Y SU PROCESO DE EMPRENDIMIENTO	10
<i>El espíritu emprendedor (el entrepreneurship): elemento dentro de una persona que busca emprender</i>	<i>12</i>
<i>Iniciativa de emprender</i>	<i>14</i>
PERFIL DE UN EMPRENDEDOR	17
<i>Características de un emprendedor</i>	<i>18</i>
<i>Personalidades de un emprendedor</i>	<i>19</i>
<i>Habilidades y cualidades de un emprendedor</i>	<i>20</i>
MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER	22
<i>Teorías de las diferentes razones de motivación</i>	<i>22</i>
<i>Enfoques respecto a las distintas teorías del emprendimiento</i>	<i>23</i>
<i>Factores de motivación en los estudiantes</i>	<i>24</i>
<i>Motivaciones por género</i>	<i>25</i>
PROBLEMAS PARA EMPRENDER	26
<i>Ámbito económico</i>	<i>26</i>
<i>Ámbito psicológico</i>	<i>26</i>
<i>La autoconfianza en el emprendedor</i>	<i>27</i>
<i>Ámbito cultural</i>	<i>27</i>
<i>Miedo al fracaso</i>	<i>27</i>
APOYO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y GUBERNAMENTALES PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDEDURISMO	30

<i>El emprendimiento y las instituciones educativas.....</i>	<i>30</i>
<i>Factores de la educación que intervienen en desarrollo del emprendedor.....</i>	<i>30</i>
CAPÍTULO II.....	32
METODOLOGÍA.....	32
<i>Población</i>	<i>34</i>
<i>Tamaño de la muestra</i>	<i>34</i>
<i>Instrumento.....</i>	<i>34</i>
<i>Tipo de investigación.....</i>	<i>34</i>
<i>Cálculo de la muestra</i>	<i>35</i>
<i>Limitantes.....</i>	<i>36</i>
CAPÍTULO III	37
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37
CAPÍTULO IV.....	43
CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49
CUESTIONARIO.....	49

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, quiero agradecerle a la vida por permitirme llegar a este día de estar culminando un logro más de los muchos que me faltan por cumplir. A Dios quien me protege y cuida para hoy en día estar presente en cuerpo y alma llevando a cabo esta etapa de la vida.

Quiero agradecerles con el corazón y las lágrimas de felicidad a mis padres. Ellos han sido el motor que me impulsó a lo largo de estos años de carrera, a quienes le agradezco cada esfuerzo que hicieron por procurar darme educación de calidad, transporte para asistir a la universidad y comida para cuando en días más agotadores pudiera comer algo y seguir en las clases en el transcurso del día.

Quiero agradecer a mi hermana. La persona que cuando sentía no poder más con la universidad, llegaba a ayudarme con sus palabras de aliento y sus consejos, pero sobre todo con su cariño, que me motivaba a no rendirme. Agradezco también su tiempo y su paciencia para enseñarme cuando yo no comprendía algunas tareas, por hacerme ver las cosas con claridad y al mismo tiempo motivarme para siempre dar un excelente trabajo académico.

Quiero agradecer a una persona que en el último año llegó, porque fue un año difícil emocionalmente para mí en las clases. Sin embargo, sus palabras y frases me llevaron a no desistir por una mención honorífica recordándome que lo lograré. Gracias Harley, por no permitir que me rindiera y recordarme que ya estoy en la recta final, que logre un éxito más y lo haga por mí y por mi familia que estará orgullosa. Gracias por estar aquí.

Que la vida me permita continuar alcanzando logros de la mano de ellos, porque es por ellos que lucho y no me rindo. A su amor y cariño hoy les quiero hacer honor.

Por ultimo y no menos importante, gracias a todos los docentes, pero sobre todo a la Dra. Nancy Quintal, Dra. María de Jesús Hervert, Dra. Mayra Barradas, Dra. Julia Matus y Mtra. Nelly Ceballos que en estos 4 años me prepararon con sus clases, prácticas y consejos para enfrentar el gran reto que me espera en la nueva etapa que está por comenzar. Gracias por su tiempo, sus enseñanzas, su exigencia y sobre todo demostrar su vocación como docente siendo comprensibles, amables y escucharme como alumna cuando lo necesitaba.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las oportunidades de trabajo se vuelven cada vez más rigurosas con los lineamientos para ingresar a una empresa, organización o institución para trabajar, con un sueldo que alcance a cubrir las necesidades básicas. Muchas personas se cuestionan este suceso, considerando que deberán trabajar para alguien más y recibiendo a cambio un sueldo mínimo. Estas, algunas de las causas, han dado auge a que un porcentaje de las personas decidan abrir su propio negocio y ser su propio jefe, con sus reglas y normas, con el dinero que entre en su negocio perteneciéndoles, en algunas ocasiones un 100%.

Emprender implica que una persona tome la iniciativa de establecer su propio negocio con el propósito de convertir en realidad una actividad que previamente solo existía en su mente. (David, 2022). Una persona que emprende no tiene miedo del fracaso, sabe que se enfrentará a muchas situaciones que no serán de su agrado, tal vez el rechazo de su producto o servicio, sin embargo, estas personas emprendedoras resaltan, como antes mencionado, por su valentía, por enfrentar los obstáculos y aprovechar sus oportunidades. Un emprendedor defiende su idea, afronta los problemas, no es conformista y sobre todo cree en el mismo y en su talento

De acuerdo con Correa (2009), el emprendimiento se entiende como un fenómeno cultural que engloba actitudes, valores, creencias y formas de actuación, con el propósito de promover el desarrollo de una comunidad. Asimismo, la cultura desempeña un papel esencial tanto en la etapa de concebir una idea emprendedora como en su ejecución y materialización.

Las personas que emprenden demuestran ciertas habilidades para socializar, tiene características como creatividad e ingenio, son capaces de liderar, tienen paciencia y creen en ellos mismos, además son empáticos, perseverantes, no son de mente cerrada y saben que, aunque cueste mucho deben saber tomar decisiones propias.

Conocer las causas por la cual el alumnado estudiantil de las universidades decide emprender dentro de las mismas es sumamente importante; los motivos que orillan a estos jóvenes a vender ciertos productos a sus compañeros, docentes y personal administrativo. Asimismo, conocer cuáles son los factores que los desmotivan a llevar a cabo esta idea de emprender, las razones que tienen para no iniciar un emprendimiento o en otros casos

simplemente no poder llevar el mismo.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los emprendimientos han surgido a lo largo de los años, tomando gran fuerza actualmente. Emprender ha sido alternativa para las personas que desean ingresar a un panorama de lo que es el mundo laboral a raíz de varios y muchas posibles razones.

Una de las razones de que los emprendimientos detonaran en la actualidad fue la pandemia COVID-19 en donde unos de las otras y más grandes razones de los que se hablaes la parte económica, sin embargo, esta pandemia la afecto aún más; los ingresos de las familias se vieron afectadas, es decir que uno de los grandes impactos de la pandemia surgió en el ámbito económico. Muchos padres que eran el sustento familiar fueron despedidos de sus empleos, les redujeron el sueldo o simplemente había falta de demanda de sus servicios. Como consecuencia la entrada de dinero cada vez era menor y ellos debían de buscar la manera de como generar más ingresos para el sustento de sus alimentos, productos de salud e higiene, transporte, entre otros requerimientos de primera necesidad. Por ello una gran alternativa para las familias fue crear su propio negocio, es decir comenzar a emprender y de esta forma el dinero que entraba, no lo vieran repartido entre otras personas del negocio y que todo fuera para ellos mismo.

Asimismo, los jóvenes tuvieron razones para comenzar a emprender, considerando además de que sufrieran daños en la económica familiar por parte de sus padres, ellos no tenían ya el mismo ingreso para solventar sus gastos personales, escolares, etc. pudieron haber sentido que ya no tenían las mismas oportunidades por la falta de dinero, entonces el desarrollo de un negocio propio donde les permitiera seguir estudiando y trabajar para ganarse unos pesos fue su solución. Los jóvenes fue un sector que más provecho tuvo de los emprendimientos durante y después de la pandemia; ventas en tiendas físicas, ventas online, emprendimientos de comida, prestación de sus servicios por medio de plataformas, etc.

Actualmente el retorno a las clases presenciales ha sido una oportunidad para estos jóvenes emprendedores. Ofrecer sus productos dentro de la universidad con un aprovechamiento de posibles clientes como lo serían sus compañeros de salón, demás estudiantes de las diferentes carreras, docentes, personal administrativo, etc. Así encontrando la manera de solventar sus gastos escolares y apoyar económicamente a la familia.

JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento no es sencillo, se necesita mucha iniciativa, voluntad propia para llevar a cabo un negocio propio, es decir un emprendimiento. Muchas personas han cuestionado su espíritu emprendedor por iniciar un emprendimiento y que no haya funcionado.

Actualmente los emprendimientos son abundantes. La falta de recursos económicos o el deseo de ser su propio jefe de su trabajo han llevado a personas a comenzar a emprender. Ciertamente, estas características forman parte de un primer negocio, pero al paso de los años existirán más razones para seguir emprendiendo.

Los alumnos han buscado y encontrado la alternativa para solventar sus gastos, pero será importante indagar a profundidad las causas específicas que los orillan a llevar a cabo estos tipos de proyectos dentro de la universidad; el emprendimiento.

Los alumnos de las universidades pasan por muchos obstáculos uno de ellos es el económico. Buscan la superación educativa, pero a veces dentro de sus posibilidades, durante sus años de carrera, pueden ser mínimas, sin embargo, tratan de hallar las alternativas para sobrepasar todo obstáculo que se le presente, al encontrar la solución a aquellos obstáculos deciden llevarlas a cabo para continuar progresando en la vida como ser humano y como estudiante.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores que impulsan a los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Negocios de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo Campus Bahía a emprender.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los elementos que conforman el proceso del emprendedurismo
- Identificar las características que componen el perfil de un emprendedor.
- Identificar los aspectos motivadores y desmotivadores dentro del emprendedurismo.

HIPÓTESIS

H1. El espíritu emprendedor es un factor determinante en el proceso para iniciar un negocio

H2. Los problemas económicos repercuten en la motivación de una persona para iniciar un

negocio propio.

H3. Las instituciones gubernamentales y educativas incentivan a los estudiantes al emprendedurismo por medio de programas adecuados a las necesidades de un emprendedor.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

El emprendedor y su proceso de emprendimiento

Tal y como se mencionó previamente, el término emprendedor tiene su origen en la palabra francesa "entrepreneur" (pionero), que inicialmente se utilizaba para describir a intrépidos aventureros como Colón, quienes se aventuraron en el Nuevo Mundo sin tener una clara idea de lo que les esperaba allí (Herrera Guerra y Montoya Restrepo, 2013). Según Zorrilla (2009, citado en Herrera Guerra y Montoya Restrepo, 2013), en la actualidad existen diferencias cada vez más marcadas entre el emprendedor, el inversionista y el empresario. El término emprendedor se refiere a aquel individuo que tiene la idea y el concepto de un producto o servicio por desarrollar. Por otro lado, el inversionista se considera aquel que proporciona los recursos económicos necesarios para respaldar la etapa inicial y el inicio de las operaciones del negocio. Por último, pero no menos importante, el empresario se define como la persona encargada de gestionar y rendir cuentas del negocio.

El emprendedor en una definición resumida es la persona que posee ciertas habilidades hasta cualidades que permitirán por medio de la experiencia y conocimiento lograr la iniciativa de llevar a cabo un proyecto, indistintamente del tipo de sector donde quieran emprender.

Citando unas definiciones más concisas de autores clásicos, neoclásicos y escuelas de pensamiento:

➤ **Contribución de los clásicos**

Adam Smith (1723-1790): Identifica al empresario como gestor de negocios al referirse a las "fuerzas externas" (Formichella, 2004).

J. H. Von Thunen (1783-1850): Individuo que toma decisiones basadas en la complejidad del riesgo y la astucia empleada (Rodríguez y Jiménez, 2005).

➤ **Contribución de los neoclásicos**

Max Weber (1864-1920): Persona con una ética, una mentalidad y un código de conducta distintos, impulsado por la frugalidad en busca de la multiplicación de su riqueza, convirtiendo así su actividad en una vocación guiada por una moral puritana (Rodríguez y Jiménez, 2005).

John M. Keynes (1883-1946): Continúa con la doctrina marshalliana al considerar al empresario como un trabajador superior y expone el concepto original de "animal spirits", es

decir, el impulso espontáneo a la acción (Rodríguez y Jiménez, 2005).

➤ Escuela austriaca

Freidrich Hayek (1899-1992): Aquella persona del mercado que adquiere información superior que le permite reconocer y aprovechar oportunidades (Kirzner, 1997).

Israel Kirzner (1930): El individuo que descubre oportunidades en un mundo de conocimiento imperfecto que otros no han percibido (Kirzner, 1997, 1999).

➤ Aportes de las escuelas del pensamiento según Fonrouge (2002)

Escuela económica

Se especializa en la toma de decisiones racionales relacionadas con la coordinación de recursos escasos (Casson, 1991, citado por Rodríguez y Jiménez, 2005), que son el resultado de un juicio, es decir, los resultados de las decisiones dependen de quien las toma (Casson, 1982, citado por Nueno, 2009).

El individuo que decide emprender es porque está preparado para afrontar lo que en el camino le espere, debe tener la capacidad de comprender que emprender no es sencillo, pero tampoco es imposible. El emprendedor debe comenzar a trabajar desde su mente, para prepararse psicológicamente, hasta administrar los recursos que posee para el levantamiento de su negocio.

Según Puchol (2007), un empresario es una persona, ya sea hombre o mujer, que establece su propio negocio, generalmente de pequeña escala. Las razones detrás de esta decisión pueden ser las siguientes:

- Buscar ser su propio jefe.
- Escapar de la estructura empresarial en la que se sienten atrapados.
- Implementar sus ideas creativas.
- Tener la oportunidad de ser útiles a los demás.
- Desafiarse a sí mismos.

Puchol (2007) menciona que "Se han desarrollado sistemas matemáticos altamente complejos y precisos para la toma de decisiones, siempre y cuando la información de la que dispongamos sea precisa. Como los expertos en informática dicen, "basura entra, basura sale" (GIGO, por sus siglas en inglés, Garbage In, Garbage Out). Si los datos que se ingresan son

de mala calidad, los resultados obtenidos también serán de mala calidad. Por lo tanto, me gustaría sugerirte un enfoque mucho más simple y eficaz que se ha demostrado en la gestión estratégica de empresas: el análisis DAFO. El análisis DAFO, que significa Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, se utiliza para realizar un diagnóstico estratégico que, junto con el análisis financiero y funcional, conforma una evaluación integral de la estructura de una empresa”.

El propósito del análisis externo es identificar las potenciales amenazas y oportunidades. Una amenaza implica un riesgo surgido de tendencias desfavorables en el entorno, el cual, si no se toman las medidas adecuadas, podría ocasionar la pérdida de la posición de la compañía o incluso su desaparición. Por otro lado, una oportunidad se refiere a un conjunto de condiciones favorables en un mercado particular en el que la empresa podría llevar a cabo acciones exitosas.

En cuanto al análisis interno, su propósito es identificar las fortalezas y debilidades. Las fortalezas corresponden a los puntos fuertes y ventajas con los que cuenta la empresa, mientras que las debilidades hacen referencia a las carencias o áreas de mejora en su funcionamiento.



Fuente de elaboración: aderavi. Estrategia local

El espíritu emprendedor (el entrepreneurship): elemento dentro de una persona que busca emprender

Parte del emprendedor son las cualidades, actitudes, aptitudes y habilidades que posee, es decir las características de ser un emprendedor. Estas son el pilar para desarrollarse

en un ámbito de carácter empresarial y comercial.

Barraza (2022) nos menciona qué: “El espíritu emprendedor es el impulso para poner en marcha tu propio negocio o proyecto. No se trata sólo de ser capaz de crear algo nuevo, sino también de ponerse en marcha y ver el éxito de un producto o servicio. Es el deseo de asumir riesgos y la confianza en sí mismo para crear una empresa. Requiere mucha creatividad y determinación.”

Conocer las características de un emprendedor son importantes. Hay que reconocer cuales son las fortalezas que se tienen para trabajarlas y explotarlas; conocer las debilidades de uno mismo para que, con un esfuerzo, Las personas emprendedoras pueden fortalecerse de manera que promueva el crecimiento del emprendimiento. El término Entrepreneurship se refiere al desarrollo de proyectos novedosos u oportunidades con el fin de obtener beneficios. Además, puede considerarse como la capacidad de generar ideas nuevas o modificar existentes para convertirlas en actividades socialmente rentables y productivas. Sin embargo, no todas las personas emprendedoras buscan únicamente beneficios económicos, ya que hay quienes persiguen objetivos sociales o políticos (Lozano Chaguay y Espinoza García, 2016).

Para la implementación de un negocio hay que tener en cuenta que todas las personas son capaces, que se debe trabajar en la mente, en el desarrollo de este espíritu emprendedor.

En varios casos el espíritu emprendedor nace dentro del individuo, pero en otros hay que partir de la idea del querer tener el espíritu emprendedor. Las ganas de superarse, las ganas de ser el propio jefe de tu empresa son factores de los cuales se debería impulsar para que esta característica se obtenida, si de tu naturaleza no parte.

En 2003, la revista Escuela de Administración de Negocios afirmó que uno de los atributos del emprendedor es tener fe en sus propias habilidades, conocimientos y capacidades, valorándolas y actuando en concordancia con ellas en todo momento. Además, la confianza en uno mismo y en la viabilidad de la idea de negocio es también esencial. El perseguir un sueño puede parecer una situación idónea, y ser independiente o ejercer como propio jefe puede considerarse una ventaja significativa. Sin embargo, son escasas las personas que optan por aventurarse con sus propias ideas, proyectos, sueños, visiones o empresas (Escuela de Administración de Negocios, 2003, p. 76).

Iniciativa de emprender

Poncio (2010) Para destacar la iniciativa que tiene el individuo por la acción de emprender, abarcando todo el ancho de la palabra, conocer y reconocer las condiciones para ser emprendedor serán consideradas como virtudes propias, y, además, habilidades que esté desarrollará conforme a la experiencia en el mundo emprendedor.

- Perseverancia: Aquellos con talento, pero sin perseverancia pueden quedarse rezagados, mientras que los perseverantes, aunque sean tontos, tienen la capacidad de superarse.
- Independencia: Según el libro "El libro negro del emprendedor", la mayoría de los emprendedores exitosos afirman que su principal motivación para emprender fue la búsqueda de independencia.
- Visión optimista: Es crucial tener una visión optimista para alcanzar los objetivos empresariales. Es especialmente importante cuando los fracasos en los emprendimientos se ven como oportunidades de aprendizaje que permiten reinventarse y seguir adelante.
- Pasión: La pasión es un elemento crucial que impulsa a prestar mayor atención al trabajo. Sin embargo, pasar demasiado tiempo en ello puede afectar las relaciones familiares y amorosas, entre otras cosas.

En el libro *Animarse a emprender* Poncio (2010) nos menciona que “Thomas Alva Edison decía que la genialidad y la creatividad se consiguen con mucho esfuerzo y perseverancia. Lo resumía de la siguiente manera: 90% transpiración y 10% inspiración. Siguiendo con este razonamiento y a manera de síntesis, podemos concluir afirmando que hay una potencialidad innata para ser emprendedor, la que viene de fábrica según algunos autores; no obstante, con ello no alcanza para ser emprendedor, se exige además esfuerzo, sacrificio, transpiración como decía Edison, para lograr los resultados esperados”. (p. 25)

Por otra parte, Daniel Colombo (s.f) hace énfasis a las cualidades internas de un emprendedor:

- Ser creativo e innovador implica no limitarse a tener una idea, sino también saber cómo comercializarla y hacerla entrar en el mercado.
- Sentir pasión por lo que haces es crucial para afrontar los problemas y desafíos que

puedan surgir.

- Tener visión implica ser capaz de identificar oportunidades en lugar de solo ver problemas, descubriendo la viabilidad oculta en entornos complicados y manteniendo una perspectiva progresista que apunte siempre hacia adelante.
- En relación con el liderazgo, resulta relevante resaltar la noción de "liderazgo influyente" de acuerdo con las enseñanzas de mi mentor, Maxwell. Como emprendedor, posees la habilidad de ejercer una influencia positiva sobre los demás, provocando modificaciones y conversiones que contribuyan al progreso, crecimiento y desarrollo de las personas mediante las soluciones que brindas.
- La confianza en uno mismo es esencial para lograr el éxito como emprendedor. Esta confianza se basa en tener una autoestima saludable, sin caer en el narcisismo, y en la convicción de que posees la fortaleza interior necesaria para superar cualquier circunstancia.
- La empatía y el carisma son cualidades fundamentales. La empatía implica ponerse en el lugar del otro y es crucial para una comunicación efectiva. El carisma implica desarrollar habilidades sociales como adaptar la comunicación al contexto, expresarse en público y convertirse en un excelente representante de tu proyecto, siendo un auténtico "embajador" de tu marca, producto o servicio. Esto es lo que captará el interés del mercado. El carisma también ayuda a lidiar con las situaciones de manera más efectiva, pero no se trata solo de ser agradable.
- La responsabilidad juega un papel esencial en cualquier empresa. La improvisación no tiene cabida, ya que toda la cadena de suministro (productos, clientes, socios, proveedores) recae en tus manos. Has dejado una marca y una firma, y eso tiene un impacto significativo.
- Ser abierto al cambio y a la flexibilidad es una cualidad destacada en los emprendedores exitosos a largo plazo. Las estadísticas muestran que muchos proyectos fracasan, pero aquellos que trascienden los primeros cinco años saben adaptarse a diferentes circunstancias. Esto requiere estar informado, establecer redes de contacto para anticiparse a las tendencias y tener una visión clara del negocio.

- El poder de decisión es crucial. Al tomar decisiones, la determinación y la certeza son elementos clave. A menudo, tendrás que decidir sin contar con toda la información, pero debes asegurarte de elegir siempre lo que consideres la mejor opción. Analiza las ventajas y desventajas, realiza un análisis FODA (Fortalezas/Oportunidades/Debilidades/Amenazas) de cada situación y busca el asesoramiento de expertos en cada área.
- Resulta crucial estar abierto a recibir ayuda. Hay quienes, debido a su arrogancia, piensan que poseen todo el conocimiento. No obstante, aquellos que logran avanzar y desarrollar grandes proyectos a partir de pequeñas empresas en el garaje comprenden que nadie puede hacerlo solo. Es fundamental contar con otros individuos a quienes transmitirles tu visión. Para lograrlo, contrata a un entrenador especializado en negocios y empresas, así como a los expertos más destacados en comunicación, derecho, contabilidad y otras disciplinas que te ayudarán a crecer tanto a nivel personal como empresarial.

Según Puchol (2007), se plantea la interrogante de cuál es el sacrificio necesario para ser emprendedor.

- ❖ En primer lugar, implica tener que tomar una decisión entre dinero y tiempo libre, o calidad de vida, como se suele decir. La mayoría de las ganancias de tu negocio se obtendrán, en caso de obtenerse, a expensas de las horas no laborales. Es necesario estar dispuesto a trabajar arduamente durante un período prolongado.
- ❖ Lo anterior requiere gozar de buena salud. Como jefe de uno mismo, no se puede permitir estar ausente por un simple resfriado.
- ❖ Es fundamental conocer a fondo el producto y el mercado al que te dedicarás, lo que implica leer publicaciones especializadas, asistir a exposiciones, buscar en Internet, y todo esto consume mucho tiempo, sin que se vean beneficios tangibles de inmediato.
- ❖ El emprendedor debe tener formación, o al menos estar dispuesto a adquirir los conocimientos necesarios para establecerse, lo cual sigue demandando tiempo.
- ❖ Es importante contar, si no con la ayuda, al menos con el apoyo de tu pareja. Por

supuesto, si se cuenta con ayuda, mejor aún.

- ❖ Es necesario disponer de un capital propio mínimo, o tener la capacidad de obtenerlo en condiciones financieras no demasiado gravosas, que puedan implicar costos excesivos. Incluso en algunos casos, es posible que se deba ofrecer la propia casa como garantía para obtener un préstamo bancario.
- ❖ Se debe ser capaz de subsistir durante un tiempo con beneficios bajos, o incluso sin beneficios en absoluto.

Existen dos tipos de emprendedores, con dos categorías específicas dentro de uno de ellos, según Poncio (2010).

1. Emprendedores por necesidad: son individuos que perciben el emprendimiento como la única vía para subsistir, lo que implica que no eligen ser emprendedores, sino que se ven compelidos a ello debido a la falta de otras opciones.
2. Emprendedores que aprovechan oportunidades:
 - a) Aquellos que eligen el emprendimiento como su profesión: son emprendedores que eligen esta ruta sin considerar otras opciones, independientemente del contexto. En nuestro país, hay numerosos emprendedores que seleccionaron una actividad, se especializaron en ella y posteriormente expandieron su negocio a otros sectores, sin abandonar su primera actividad en ningún momento.
 - b) Aquellos que ven el emprendimiento como una ocupación temporal: son emprendedores que no tienen un compromiso a largo plazo.

Perfil de un emprendedor

En los países anglosajones, como Estados Unidos y Reino Unido, las primeras definiciones del término "emprendedor social" surgieron al conectar los aspectos sociales y económicos. Según Dees, Emerson y Economy (2001a; 2001b), un emprendedor social se caracteriza por ser un agente de cambio que busca generar y mantener valor social, no solo valor privado. Su enfoque radica en identificar y aprovechar nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social, comprometiéndose en un proceso constante de innovación, adaptación y aprendizaje. También destaca por ser transparente y rendir cuentas a todas las partes interesadas, verificando los resultados obtenidos. Por otro lado, Burt (2008) describe

al emprendedor social como un líder que identifica una situación social negativa y estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento en un segmento de la sociedad. Este líder encuentra inspiración en esta injusticia y toma medidas directas, mostrando creatividad, coraje y determinación, con el objetivo de establecer un nuevo equilibrio que beneficie de forma duradera al grupo objetivo y a la sociedad en su conjunto (Sanchis Palacio y Melián Navarro, 2015).

Otro punto relevante para discutir es la viabilidad de heredar el espíritu emprendedor de padres a hijos. En este aspecto, existen opiniones divergentes entre quienes creen en la transmisión y aquellos que sostienen lo contrario. Hernán Latorrelo, por su parte, es contundente al afirmar que el emprendimiento no se hereda, ya que implica habilidades y competencias individuales que no se transmiten genéticamente (Poncio, 2010).

Características de un emprendedor

Según Rodríguez (2011), John Kao (1989) describe al emprendedor como una persona con cualidades específicas, tales como:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Habilidad para lograr objetivos.
- Enfoque en metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la resolución de problemas.
- Realismo.
- Confianza en sí mismo.
- Niveles de energía elevados.
- Búsqueda de retroalimentación.
- Alto control interno.
- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.

- Tolerancia al cambio.

Característica de los emprendedores	
1.- Factores motivacionales	Necesidad de logro Necesidad de reconocimiento Necesidad de desarrollo personal Percepción del beneficio económico Baja necesidad de poder y estatus Necesidad de independencia Necesidad de afiliación o ayuda a los demás Necesidad de escape, refugio o subsistencia
2.- Características personales	Iniciativa personal Capacidad de decisión Aceptación de riesgos moderados Orientación hacia la oportunidad Estabilidad emocional/autocontrol Orientación hacia metas específicas Locus de control interno (atribuye a sí mismo sus éxitos o fracasos) Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbres Es receptivo en sus relaciones sociales Posee sentido de urgencia/tiempo valioso Honestidad/integridad y confianza Perseverancia/constancia Responsabilidad personal Es individualista Es optimista
3.- Características físicas	Energía Trabajo con ahínco
4.- Características intelectuales	Versatilidad/flexibilidad Creatividad/imaginación/innovación Búsqueda de la verdad e información Planificación y seguimiento sistemático de resultados Capacidad para analizar el ambiente (reflexión) Visión comprensiva de los problemas Capacidad para solucionar problemas Planificación con límites de tiempo
5.- Competencias generales	Liderazgo Orientación al cliente Capacidad para conseguir recursos Gerente/administrador de recursos Patrón de factores de producción Exige eficiencia y calidad Dirección y gestión de la empresa Red de contacto Comunicación

(Fuente de elaboración: Univ. Cesar Vallejo, Curso de Emprendedurismo e Inversión, Comprensión Lectora. “El emprendedor de éxito” Rafael Alcaráz Rodríguez McGrawHill Cuarta edición México, 2011)

Personalidades de un emprendedor

En el libro "Emprendedor con Éxito" de Rodríguez (2011), se presentan cinco categorías de personalidades emprendedoras según Schollhammer (1980). Estas son:

1. El emprendedor administrativo utiliza la investigación y el desarrollo para generar formas nuevas y mejoradas de llevar a cabo tareas.

2. El emprendedor oportunista está constantemente buscando oportunidades y se mantiene alerta a las posibilidades que se presentan a su alrededor.
3. El emprendedor adquisitivo se enfoca en la innovación continua como medio para crecer y mejorar en su campo.
4. El emprendedor incubador, con el objetivo de crecer y encontrar oportunidades, y debido a su preferencia por la autonomía, establece unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios, incluso a partir de uno ya existente.
5. El emprendedor imitador desarrolla procesos de innovación basados en elementos básicos ya existentes, mejorándolos durante el proceso.

Podemos afirmar que el emprendedor es aquel individuo capaz de reconocer las oportunidades que ofrece el mercado y posee la motivación, la determinación y la destreza para aprovechar dichas oportunidades. Además, confía en sus ideas, cuenta con un amplio conocimiento, posee una habilidad persuasiva y de convocatoria por encima de la media, y sabe cómo vender sus ideas y, lo más importante, obtener resultados. El emprendedor se distingue como un líder, ya que logra identificar oportunidades donde otros no ven nada o solo encuentran dificultades. Existe un acuerdo generalizado en afirmar que una persona emprendedora es un líder. En este sentido, el refranero popular expresa que "el optimista ve una oportunidad en cada dificultad y el pesimista ve una dificultad en cada oportunidad". (Revista Escuela de Administración de Negocios, 2003, p. 75)

Habilidades y cualidades de un emprendedor

Según el autor Sung Park y Duarte Mas (2015), se sostiene que las personas que exhiben un pensamiento creativo presentan las siguientes cualidades:

(Alcaraz Rodríguez, 2011, como se citó en Park y Mas, 2015) "Fluidez de ideas y capacidad para jugar con ellas. Flexibilidad de pensamiento. Capacidad de juicio y de adaptación ante cualquier situación. Originalidad e imaginación. Sensibilidad hacia los problemas. Espíritu de investigación. Uso adecuado y provechoso de los errores. Disposición para tomar riesgos. Altas autoestima y autosuficiencia. Alto grado de curiosidad. Su conocimiento es base de ideas nuevas. Disposición para el uso de metáforas y analogías en la solución de problemas. Se rigen por criterios estrictos y exigentes. Procuran lograr un buen equilibrio entre subjetividad y objetividad. Aceptan con facilidad la confusión y la

incertidumbre. Pueden dejar a un lado los compromisos emocionales. Son capaces de considerar diferentes puntos de vista sobre un mismo tema. No se apresuran para conducir una obra determinada. Están orientados a la autocrítica y aceptan con facilidad las observaciones de los demás” (p. 8).

Puchol (2012) investigó estas características y encontró que incluyen adaptabilidad, asertividad, disposición a asumir riesgos, autonomía, creatividad, habilidades de comunicación, capacidad de concentración, cooperación, determinación, flexibilidad, independencia de juicio, intuición, motivación de logro, objetividad, orientación hacia el trabajo en equipo, perseverancia, habilidades de planificación, presencia física, realismo, responsabilidad, habilidades técnicas, tenacidad y visión.

Por otro lado, Alonso Nuez (2011) destaca algunos rasgos psicológicos clave, como la necesidad de logro o autorrealización, el control interno y la autoconfianza, el espíritu de riesgo o disposición a asumir riesgos, la necesidad de poder e independencia, el compromiso y la tolerancia a la ambigüedad.

Además, Poncio (2010) menciona las características necesarias para ser emprendedor, como la persistencia, independencia, perspectiva optimista, pasión, deseo de logro y reconocimiento, vocación innovadora, autoestima, capacidad para rodearse de personas adecuadas, autonomía, iniciativa y voluntad para aprender.

Sung Park y Duarte Mas (2015), basándose en investigaciones sobre el perfil del emprendedor, resumen las cualidades esenciales que debe tener dicho empresario, tales como asumir riesgos, independencia, autoestima, confianza en sí mismo, creatividad, energía, flexibilidad, independencia de criterio, iniciativa, motivación/necesidad de logro, persistencia, responsabilidad, tolerancia a la ambigüedad y perspectiva optimista.

Según Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), los investigadores han persistido en su búsqueda de un perfil psicológico que caracterice a los emprendedores potenciales. McClelland (1961) señala que los emprendedores suelen mostrar rasgos como originalidad e innovación, una aversión moderada al riesgo, asunción de responsabilidad, conciencia de las consecuencias de sus acciones y una planificación orientada al largo plazo. La literatura también suele asociar a los emprendedores con atributos como la necesidad de logro, la confianza en sí mismos, el optimismo, la creatividad y la autonomía (Davidsson, 1989;

Boydson et al., 2000). No obstante, hasta ahora no se ha podido establecer un perfil específico para aquellos individuos que tienen una mayor probabilidad de iniciar un negocio en comparación con los demás (García Lillo y Marco Lajara, 1999; Naffziger et al., 1994; Hernández, 1995 entre otros).

Motivación para emprender

La motivación es un sentimiento que está dentro de las circunstancias que pase una persona, en otras palabras, más explícitas, es la razón que motiva al individuo a llevar una idea a cabo, continuar con un proyecto, salir a enfrentar los retos que se le avecinan, etc. Para Herrera (2022) “La motivación es la voluntad para hacer un gran esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionada por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.”.



Fuente de elaboración: dlopez29 (2020). GamificaMooc: MOTIVACIÓN

Teorías de las diferentes razones de motivación

La motivación es diferente en cada persona. Existen teorías que justifican los diferentes motivos que pueden impulsar a una persona:

- ❖ Las teorías de contenido se enfocan en analizar los elementos que pueden motivar a las personas, como sus necesidades, aspiraciones y el grado de satisfacción que experimentan. Algunas de estas teorías incluyen la Pirámide de las Necesidades de Abraham Maslow, las teorías "X" y "Y" de Douglas McGregor, la teoría de la Motivación-Higiene de Frederick Herzberg, la teoría ERG (Existencia, Relaciones y Crecimiento) de Clayton Alderfer y la teoría de las Necesidades de McClelland de David McClelland.

- ❖ Por otro lado, las teorías de proceso se centran en el proceso de pensamiento que impulsa la motivación de una persona. Algunas de estas teorías son la teoría de las Expectativas de Víctor Vroom, la teoría de la Equidad de Stacey Adams y la teoría de la Modificación de la Conducta de B. F. Skinner.

Palmero (2022) señala que se puede deducir este proceso psicológico a través de tres aspectos fundamentales: la elección o selección, el grado de intensidad y la persistencia. No obstante, el concepto de motivación va más allá de la conducta motivada. Concebimos la motivación como un procedimiento complejo compuesto por tres fases: el establecimiento de una meta que la persona desea alcanzar (como en este ejemplo, la fundación de una empresa), la selección de un plan de acción que conduzca al logro de la meta y la implementación del plan de acción elegido.

- ⇒ El establecimiento de la meta: crear una empresa es el comienzo del emprendedor. Pensar y analizar la idea de iniciar un emprendimiento y seleccionar a que mercado dirigirse.
- ⇒ Posteriormente dirigirse hacia la elección de un curso de acción para el logro de la meta inicial, cuáles serán esas estrategias que desarrollará el emprendedor para llevar a cabo la idea de su negocio
- ⇒ Por último, cumplir con llevar a cabo el curso de acción elegido, la aplicación de las tácticas con base a las estrategias en relación con la idea inicial del emprendimiento. De esta manera el proceso de motivación emprendedora se va desarrollando paso por paso.

Enfoques respecto a las distintas teorías del emprendimiento

Según Sung Park y Duarte Mas (2015), se han propuesto diversos enfoques para abordar las teorías relacionadas con el emprendimiento. En este estudio, examinaremos los cuatro enfoques teóricos principales señalados por Veciana (1999). Estos enfoques son los siguientes: 1) enfoque económico, que se concentra en la racionalidad económica a nivel empresarial; 2) enfoque psicológico, que analiza las características personales del emprendedor y las condiciones que llevan al éxito empresarial; 3) enfoque socio-cultural o

del entorno, que considera los factores sociales, políticos y familiares, así como la influencia del apoyo institucional en las decisiones del emprendedor al establecer su empresa; y 4) enfoque gerencial, que se enfoca en el desarrollo interno de la empresa y en sus características organizativas una vez que está establecida. Cada uno de estos enfoques ofrece perspectivas distintas sobre el tema y cuenta con respaldo teórico.

Tabla 1. Principales atributos del emprendedor.

<i>Autor</i>	<i>Atributo</i>
Stuart Mill (1848)	Tolerancia al riesgo
Weber (1917)	Fuente de autoridad formal
Schumpeter (1934)	Innovación e iniciativa
Sutton (1954)	Responsabilidad
Hartman (1959)	Autoridad formal
McClelland (1961)	Tolerancia al riesgo y necesidad de logro
Dauids (1963)	Ambición, independencia. Responsabilidad y autoconfianza.
Palmer (1971)	Asunción y control del riesgo
Winter (1973)	Afán de poder
Borland (1974)	Control percibido interno
Liles (1974)	Necesidad de logro
Gasse (1977)	Orientado por valores personales
Timmons (1978)	Autoconfianza, orientado a la innovación
Sexton (1980)	Energía, capacidad de enfrentarse a los problemas
Welsh y White (1981)	Necesidad de logro, asunción de riesgos, responsabilidad y compromiso
Dunkelberg y Cooper (1982)	Independencia, orientado al crecimiento
Fernal y Solomon (1986)	Orientado por los valores personales
Winslow y Solomon (1987)	Ligeramente sociopático

Fuente: Christensen (1994).

Fuente: Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales. Sebastián Il Sung Park y Sergio Duarte Masi (2015)

Factores de motivación en los estudiantes

De acuerdo con los Cuestionarios de Orientación Emprendedora realizados por el INFAD se obtuvo información acerca de factores que los estudiantes pueden tomar como motivaciones para emprender:

1. Poder/prestigio social
2. Poder conseguir éxito personal
3. Motivación por el placer y la gratificación lúdica
4. Novedades y cambios en la vida
5. Una mayor independencia
6. Evitar un trabajo rutinario y por tener mayor libertad
7. Sentimiento de realización personal
8. Por tener seguridad laboral

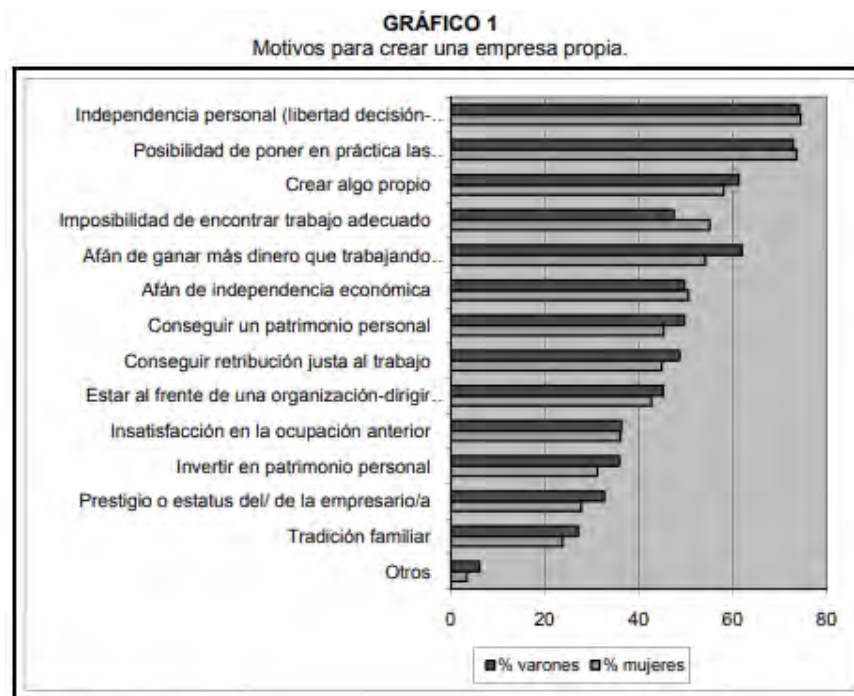
Toledo Nickels (2001) se centra en la habilidad del emprendedor, ya que esta se basa en la capacidad de prever el futuro y crear un plan de vida que se materializará. La imaginación y la perspectiva de concebir algo que aún no existe son elementos fundamentales de la capacidad emprendedora.

Mediante su pensamiento, el emprendedor puede visualizar el resultado final como si ya estuviera

logrado, y luego traza mentalmente la secuencia de eventos necesarios para alcanzarlo. Según el autor, este proceso no es completamente consciente y posiblemente tenga motivaciones emocionales e incluso viscerales desde el principio.

Motivaciones por género

En un estudio de investigación realizado por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010) en los campos de Estadística, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada, se presentaron los descubrimientos siguientes acerca de los factores y desafíos que impactan en la fundación de una empresa desde una perspectiva de género.



Fuente: Elaboración propia.

Fuente de elaboración: Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010)

Según la investigación llevada a cabo por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), se concluye que no existen diferencias significativas al examinar los motivos que pueden impulsar la iniciativa de establecer un negocio personal. Estos resultados respaldan los descubrimientos anteriores de González Morales (2001) y otros investigadores. En su mayoría, hombres y mujeres coinciden en el orden de importancia asignado a estos motivos, excepto por una destacada excepción. Los estudiantes varones consideran que el deseo de obtener mayores ganancias económicas que trabajando para un sueldo es el tercer motivo más relevante para emprender (indicado por el 62% de ellos), mientras que para las mujeres

este aspecto ocupa el quinto lugar en importancia, estando por debajo de motivos como la creación de algo propio o la dificultad para encontrar empleo adecuado, los cuales son considerados menos importantes por los hombres.

Problemas para emprender

En primer lugar, existe una carencia en la educación sobre cómo afrontar los riesgos y los procesos necesarios para convertirse en emprendedor. Los emprendedores son individuos llenos de cualidades que les impulsan a innovar y crear. (Revista neuro, p. 133)

Hay numerosos casos de emprendedores de éxito cuyas circunstancias personales han sido difíciles, ya sea debido a relaciones complicadas con sus padres y maestros, o por provenir de familias con problemas económicos, o incluso por tener que estudiar y trabajar al mismo tiempo, entre otros. Darío Poncio (2010)

Ámbito económico

Uno de los factores que conduce a la falta de motivación para emprender radica en el aspecto financiero, ya que cuando una persona carece de los recursos económicos necesarios, siente que le falta un elemento crucial para adquirir los materiales o insumos requeridos. No obstante, existen diversos obstáculos adicionales. Rodríguez (2011) menciona uno de ellos:

- Barreras económicas, por ejemplo, la creencia de que la falta de dinero aumenta las posibilidades de fracaso.

La innovación constituye la herramienta específica de los emprendedores, mediante la cual aprovechan el cambio como una oportunidad para desarrollar un negocio distinto. Se trata de dar a los recursos una nueva capacidad para generar riqueza. La innovación genera un recurso (Drucker, 1994). No existe por sí misma hasta que las personas organizadas colectivamente encuentran una aplicación para algo natural y le confieren valor económico. Petit Torres y Elsa Emilia (Revista de ciencia sociales pág.495-506)

Ámbito psicológico

- Barreras psicológicas, por ejemplo: tenerle miedo al fracaso.

En el ámbito psicológico, existen obstáculos mentales, como el temor al fracaso. Algunos expertos sostienen que el riesgo es una cualidad esencial en el acto de emprender, ya que el emprendedor es alguien dispuesto a correr riesgos, evaluando los

posibles beneficios y aceptando los peligros asociados a su logro (Baty, 1990).

La autoconfianza en el emprendedor

De acuerdo con la investigación sobre “El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores” realizada por Gómez-Araujo et al. (2015) Si un joven no logra tener éxito como emprendedor, aún tiene la oportunidad de buscar empleo remunerado o redirigir su carrera profesional, a diferencia de las personas mayores que encuentran dificultades para encontrar trabajo después de cierta edad. Esta situación de que los jóvenes tengan menos costos de oportunidad para establecer negocios implica que también tengan una mayor capacidad para asumir riesgos y, por lo tanto, tengan menos temor al fracaso. Esto les permite desarrollar sus habilidades empresariales.

Ámbito cultural

- Dificultades de naturaleza cultural, como aquellas vinculadas a la edad, el género o las expectativas tradicionales en los roles familiares ("el padre como carpintero y el hijo siguiendo sus pasos en el mismo oficio").

Según algunos autores, en los últimos años, el alto desempleo juvenil en varios países ha llevado a los jóvenes a considerar el emprendimiento como una opción para ser autónomos y independientes en términos laborales (Blanchflower y Andrew, 1998; Gómez-Araujo et al., 2015). En la actualidad, en muchos países, la falta de oportunidades laborales para los jóvenes ha hecho que vean la creación de empresas como una alternativa para satisfacer sus necesidades de empleo y desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Al mismo tiempo, el creciente capital humano de los jóvenes les brinda un amplio abanico de posibilidades y una mejor capacidad para detectar y aprovechar oportunidades de negocio (Haynie, Shepherd y McMullen, 2009).

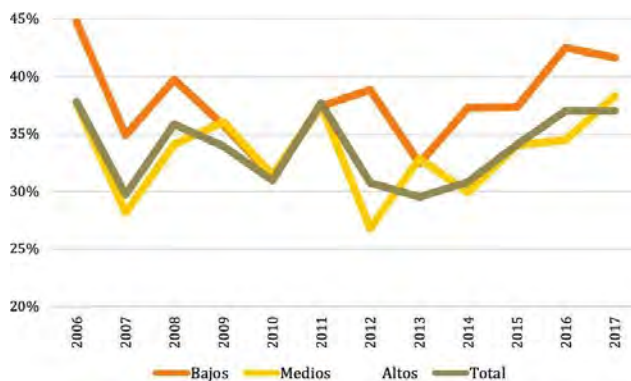
Miedo al fracaso

Según Landier (2004), el temor al fracaso en el ámbito emprendedor se puede interpretar de dos formas: en primer lugar, como una marca o castigo social por no alcanzar el éxito empresarial; y en segundo lugar, como una percepción de incertidumbre al tomar riesgos al crear una empresa o tomar decisiones económicas para el negocio (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Van Praag y Cramer, 2001).

Es fundamental elaborar un sólido plan empresarial. No es suficiente tener el deseo de emprender o contar con una excelente idea. Es necesario llevar a cabo un proceso de planificación que permita trazar el camino hacia el logro de los objetivos esperados.

El problema de desinformación en la educación: el sistema educativo debe enfocar su programa en enseñar y capacitar a los estudiantes para el ámbito laboral, lo cual tiene beneficios en todos los aspectos, a diferencia de lo que ocurre actualmente: se les prepara para conseguir un empleo. Valera (2018)

Un ejemplo fue el estudio realizado por “El nivel y la descomposición por grupo de ingresos del nivel de actividad emprendedora”. Donde estudio los niveles socioeconómicos y el emprendimiento. Una de sus hipótesis era: el miedo al fracaso.

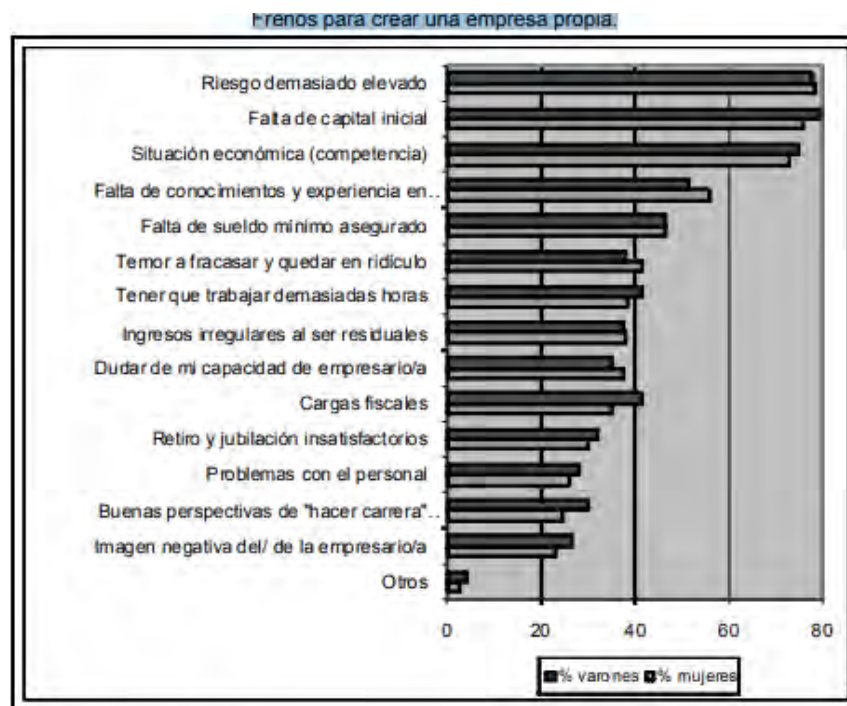


Elaboración: Leonardo Veiga (2018) La predisposición individual a asumir riesgos y la forma en que se perciben los costos y beneficios asociados son factores fundamentales que influyen en el miedo al fracaso, y estos aspectos están estrechamente ligados a la personalidad de cada individuo. Además, es importante tener en cuenta que estas circunstancias pueden variar significativamente, afectando así la forma en que se experimenta el temor al fracaso. (Leonardo Veiga, 2018).

Según la revista de educación española "la transición a la vida activa" (2010), Es preciso realizar modificaciones y mejoras en el procedimiento de guía para que los individuos jóvenes puedan hacer elecciones bien fundamentadas acerca de su camino en la vida. La desorientación vocacional, la falta o sobrecarga de información, las decisiones apresuradas y el temor a equivocarse son señales de esta necesidad. Por lo tanto, es esencial que la institución escolar se una en un enfoque común con el objetivo principal de capacitar a los estudiantes para "aprender a aprender", lo que les permitirá tener una

trayectoria vital exitosa (p. 99).

En el informe llevado a cabo por Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010) del Departamento de Estadística, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada, se presenta un estudio acerca de la Evaluación del carácter emprendedor: una visión desde la perspectiva de género. En la tabla siguiente, se detallan los obstáculos que dificultan el establecimiento de un negocio personal.



Fuente: Elaboración propia.

Fuente de elaboración: Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010)

De acuerdo con Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010), se observan diferencias en la percepción de la importancia de los obstáculos según el género. Tanto hombres como mujeres coinciden en que la escasez de recursos y el riesgo elevado son los principales desafíos para los emprendedores, pero cada grupo los evalúa de manera diferente. Además, las mujeres atribuyen mayor relevancia a la falta de conocimientos en gestión empresarial, el miedo al fracaso y a la vergüenza, así como las dudas sobre su capacidad para ser empresarias. Por otro lado, los hombres muestran una mayor preocupación por aspectos

como las cargas fiscales y la necesidad de trabajar largas jornadas.

Apoyo de instituciones educativas y gubernamentales para el desarrollo del emprendedurismo

El emprendimiento y las instituciones educativas

El sistema educativo enfrenta un importante desafío: establecer los medios apropiados para que la innovación y el espíritu empresarial sean reconocidos como elementos esenciales en todos los niveles de la educación. También es crucial fomentar la capacitación del cuerpo docente en enfoques pedagógicos que faciliten la promoción de la innovación tanto en los procesos de enseñanza como en el aprendizaje (García et al., 2017).

El principal desafío que enfrenta la educación en emprendimiento consiste en convertir las ideas en acciones efectivas. Los métodos convencionales como la lectura, la revisión de literatura y los exámenes no fomentan el espíritu emprendedor (Gibb, 2002; Sogunro, 2004). Según un estudio, incluso pueden obstaculizar el desarrollo de actitudes y habilidades emprendedoras (Kirby, 2002). Por lo tanto, al adaptar otras técnicas para facilitar el aprendizaje basado en competencias, es crucial considerar un enfoque que no solo abarque conocimientos científicos, sino que también promueva la creatividad, el esfuerzo, el emprendimiento, la toma de decisiones, el trabajo en equipo, el análisis y la solución de problemas, la comunicación, la creatividad y la innovación en todo el sistema educativo. El objetivo final es formar ciudadanos emprendedores capaces de generar un impacto social y económico en el futuro del país.

Factores de la educación que intervienen en desarrollo del emprendedor

1. Los docentes desempeñan un papel esencial al ser facilitadores del aprendizaje y promotores de ideas, contribuyendo así al logro de resultados relacionados con el emprendimiento, como adquisición de conocimientos, habilidades y aptitudes por parte de los estudiantes. Es esencial que todos los docentes cuenten con la oportunidad de recibir capacitación en aspectos y técnicas esenciales vinculados al aprendizaje emprendedor y la enseñanza empresarial a lo largo de su trayectoria profesional. Fomentar habilidades emprendedoras implica aplicar métodos participativos que incentiven a los estudiantes a explorar su creatividad y promover la innovación.
2. La adquisición y desarrollo de habilidades y capacidades empresariales solo se logran a través de experiencias prácticas de aprendizaje en situaciones reales. Estas vivencias pueden ser incorporadas en todas las materias del plan de estudios. Para alcanzar estos objetivos, los docentes y la institución educativa deben colaborar y asociarse estrechamente con la comunidad.

3. Uno de los desafíos que enfrenta el sistema educativo es fomentar las condiciones necesarias para el autoempleo. Esta reestructuración del proceso educativo puede conducir al uso de las escuelas y universidades como centros de incubación empresarial, lo que resulta beneficioso para iniciar nuevos emprendimientos, crear empresas derivadas y establecer conexiones con la industria (EC/OECD, 2012). Esto implica involucrar a los estudiantes en programas de capacitación, tal como señala García et al. (2017).

Tabla 1.
Características de las universidades emprendedoras, según la Comisión Europea (2012), Thorsp & Goldstein (2010) y Maribel Guerrero et al. (2015).

Comisión Europea y foro OECD LEED	Holden Thorsp y Buck Goldstein	Maribel Guerrero et al.
1. Liderazgo y gobernanza	1. Reconoce que la educación de artes liberales ha contribuido a la innovación estadounidense	1. Adaptabilidad organizacional a cambios ambientales (Clark, 1998)
2. Capacitación organizacional, de personas e incentivos	2. Se alimenta de problemas grandes	2. Distintiva en gobernanza y gerencia (Subotzky, 1999)
3. Desarrollo emprendedor en educación y aprendizaje	3. Valoriza innovación y ejecución	3. Actividades orientadas al desarrollo de cultura emprendedora (Kirby, 2002)
4. Redes para emprendedores	4. Pone cultura por encima de estructura	4. Contribución al desarrollo económico con la creación de nuevos negocios (Chrisman et al., 1995)
5. Relaciones externas con empresas para intercambio de conocimiento	5. Promueve relaciones entre académicos y emprendedores	5. Comercialización de investigaciones (Jacob et al., 2003)
6. Institución internacionalizada		
7. Mide su impacto		

Fuente: Bikse, Lusena-Ezera, Rivza, Volkova (2016)

Fuente de elaboración: José Carlos Sánchez García; Alexander Ward; Brizeida Hernández & Jenny Lizette Florez (2017)

En Argentina, se llevó a cabo un estudio acerca del emprendimiento donde la autora menciona que en ese país se observa un crecimiento en el número de ONGs que respaldan el emprendimiento, también conocido como emprendedurismo. De hecho, diversas instituciones como universidades, cámaras y el gobierno mismo han desarrollado programas individuales dirigidos a los emprendedores. Todos ellos tienen como objetivo promover la cultura emprendedora, y algunos incluso van más allá al proporcionar asesores, tutores o mentores para ayudar a los emprendedores a diseñar su plan de negocios y, si es viable, ponerlo en marcha. Lic. Gabriela Dobler (s.f).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Según López (2012), la metodología proporciona una descripción, validación y en cierta medida, recomendaciones sobre un conjunto de normas que el investigador debe tener en cuenta al crear y validar conocimientos científicos (Klimovsky, 1998).

Según Rojas y Cohen (2019), existen distintas perspectivas en cuanto a la definición de "medir" y en las diversas cuestiones metodológicas relacionadas con la operacionalización de variables. Tanto Canales (1986) como Cohen y Gómez Rojas (1996, 2011) argumentan que cuando trabajamos con una variable, estamos realizando una medición, ya sea utilizando categorías cuantitativas o cualitativas. Se parte del supuesto de que el sistema de categorías propuesto es empíricamente posible y abarca suficientemente el universo de contraste.

Además, dentro del contexto general de una investigación, esta puede ser enfocada en el ámbito de los mercados, lo cual se denomina investigación de mercados. Según Santos (s.f), la investigación de mercados se utiliza como un método para obtener información de primera mano, con el propósito de comprender cómo se comportan los consumidores, cómo perciben una marca o empresa, y detectar posibles oportunidades para la creación de nuevos productos o innovaciones.

Existen diversos tipos de investigaciones, cada una con su propio propósito y aplicaciones variadas:

- Investigación aplicada: Este tipo de investigación busca descubrir estrategias para alcanzar metas específicas y ponerlas en práctica. Se divide en dos categorías:
 1. Investigación aplicada tecnológica: Se utiliza para generar nuevo conocimiento y aplicarlo con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas.
 2. Investigación aplicada científica: Se emplea para medir variables específicas y predecir comportamientos, generalmente en el ámbito de bienes y servicios.

Según el nivel de profundización:

- Investigación exploratoria: Su propósito es examinar y analizar información que aún no ha sido estudiada en detalle, brindando un primer acercamiento para futuras investigaciones más detalladas.
- Investigación descriptiva: Se enfoca en elaborar informes exhaustivos sobre un fenómeno de estudio, describiendo sus características y configuración sin preocuparse por las causas o consecuencias.
- Investigación explicativa: Permite descubrir la relación entre la causa y la consecuencia de un fenómeno específico, buscando comprender por qué ocurre y cómo ha llegado a su estado actual.

Según el tipo de datos utilizados:

- Investigación cualitativa: Ampliamente empleada en ciencias sociales, se basa en la recopilación de información no cuantificable y la observación. Proporciona una gran cantidad de datos subjetivos y difíciles de controlar.
- Investigación cuantitativa: Se dedica a la recopilación de información cuantificable, aplicándose comúnmente en áreas como matemáticas, estadísticas e informática. Permite el control de los datos y la realización de experimentos con ellos

La realización de un estudio de mercado sigue un procedimiento específico. Según Santos (s.f), analizar el mercado a través de la investigación de mercados resulta fundamental para cualquier empresa que busque comprender su entorno y tomar decisiones bien fundamentadas para potenciar su desempeño.

PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



Fuente de elaboración: Iliana Aguilar (2015)

Población

La población estudiada serán alumnados de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo del campus Bahía de Chetumal.

Tamaño de la muestra

El tamaño de muestra se concentra en los alumnos de la carrera de Mercadotecnia y Negocios turno matutino y vespertino, siendo un total de: 256 alumnos.

Instrumento

Cuestionario.

Los cuestionarios se llevarán a cabo de manera online y para esto será creadas en plataforma forms para posteriormente enviarlas mediante links una red social (Messenger o WhatsApp) al encuestado físicamente.

Tipo de investigación

La siguiente investigación será de tipo cuantitativa mediante una escale tipo Likert.

La investigación cuantitativa engloba una serie de técnicas para recolectar e interpretar datos, empleadas en el estudio empírico de fenómenos naturales. Su fundamento radica principalmente en el uso de estadísticas y matemáticas, aprovechando estas herramientas y otras similares para generar suposiciones y modelos teóricos en relación a la materia de investigación. (Puerta, 2020).

La escala de Likert es un método empleado por los investigadores para evaluar las opiniones y actitudes de las personas. Al utilizar esta escala, los participantes responden indicando su grado de acuerdo o desacuerdo con cada ítem. A continuación, se analizarán los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los alumnos de Mercadotecnia y Negocios con relación al cálculo de la muestra previamente realizada.

Las escalas de Likert utilizan respuestas fijas para medir actitudes y opiniones, permitiendo determinar el nivel de acuerdo o desacuerdo de los encuestados. Según Muguirra (s.f), esta escala supone que la intensidad de la experiencia es lineal, abarcando desde un acuerdo total hasta un desacuerdo total, y considera que las actitudes pueden ser cuantificadas.

Cálculo de la muestra

⇒ El error muestral siempre ocurre debido a la pérdida de representatividad al seleccionar los elementos de la muestra. No obstante, la naturaleza de la investigación determinará en qué medida podemos aceptarlo.

Por otro lado, el nivel de confianza se refiere a la probabilidad de que la estimación realizada se ajuste a la realidad, es decir, que se encuentre dentro de un intervalo específico basado en el estimador y capture el valor verdadero del parámetro a medir.

⇒ El nivel de confianza o seguridad, representado como $(1 - \alpha)$, se establece previamente y da lugar a un coeficiente $(Z\alpha)$.

También debemos considerar la precisión que deseamos para el estudio. Por último, es útil tener una idea aproximada del valor del parámetro que queremos medir (en este caso, una proporción).

⇒ para lo cual utilizaremos el valor $p = 0.5$ (50%).

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

d = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Alumnos de la licenciatura Mercadotecnia y negocios

N = 256

Z = 95% = 1.96

p = 5% = 0.05

q = 1 – p = 1 – 0.05 = 0.95

d = 3%

n: $256 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95$

$$\frac{0.03^2 \times (256 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{}$$

n = 46.71/0.411976

n = 113

se encuestarán a 113 alumno con una seguridad del 95% para obtener mejores resultados del estudio.

Limitantes

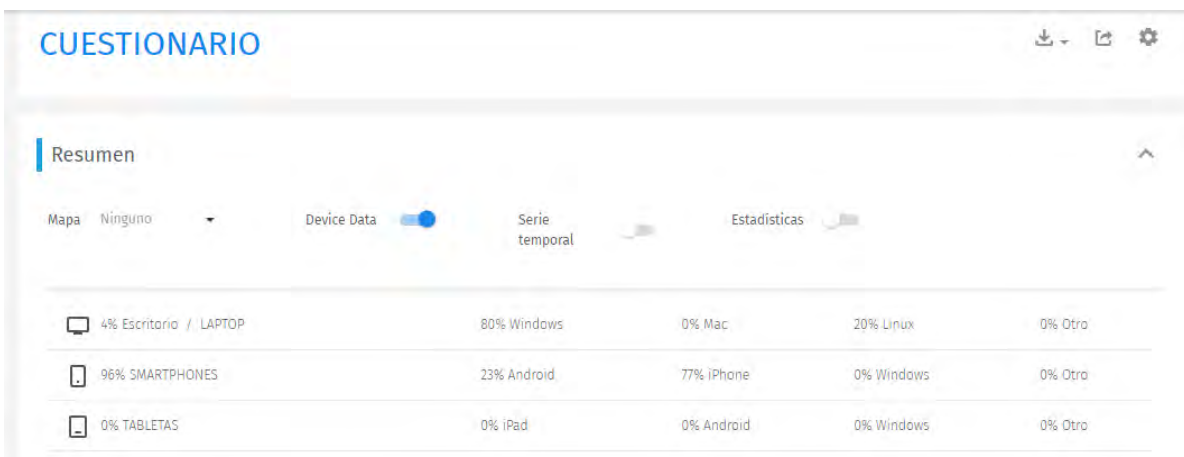
La problemática surge si el encuestado no tiene el dispositivo en mano (celular, laptop, Tablet) con datos móviles o internet, por lo tanto, si es necesario en el momento se le proveerá un dispositivo para la realización de la encuesta.

CAPÍTULO III

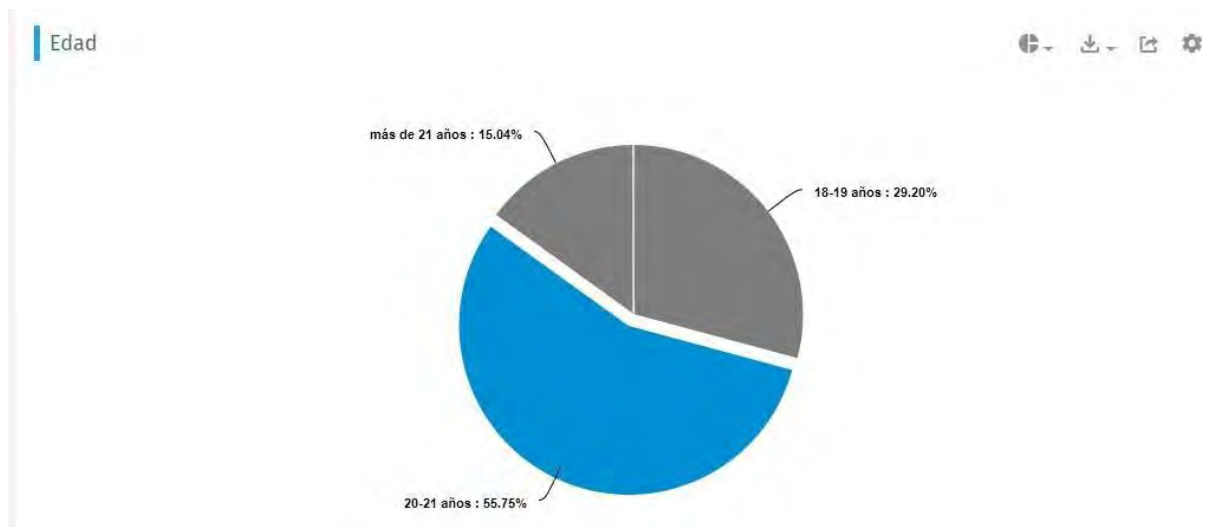
ANÁLISIS DE RESULTADOS

En primera instancia se seleccionó el “Device Data” donde se obtuvieron los resultados en porcentajes con relación a los dispositivos que los encuestados utilizaron para llevar a cabo el cuestionario.

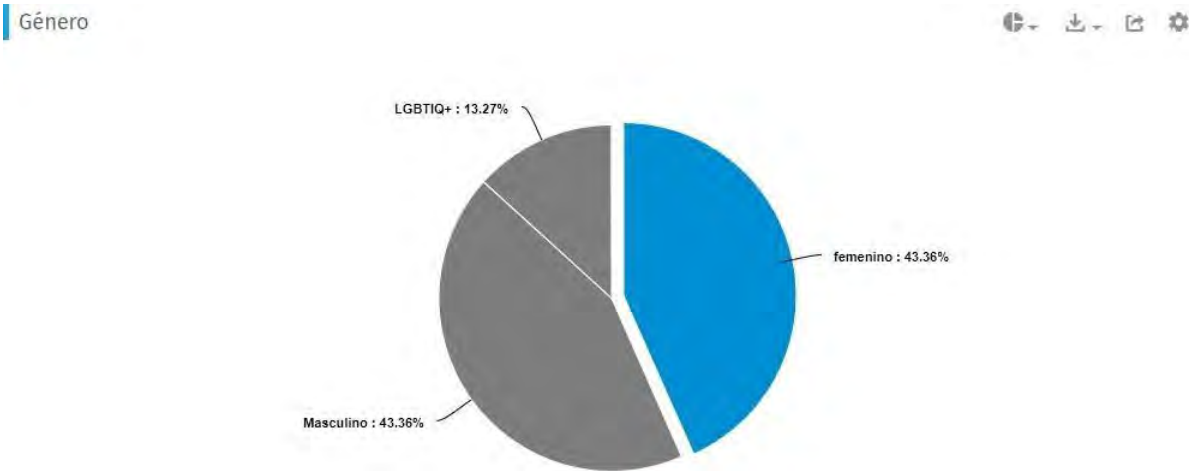
Los resultados fueron, que del 100% de la muestra, es decir 113 alumnos, el 4% utilizó laptop/computadora de escritorio; absolutamente ninguno hizo uso de Tablet; y con un 96% el dispositivo más utilizado fue el smartphone/ celular.



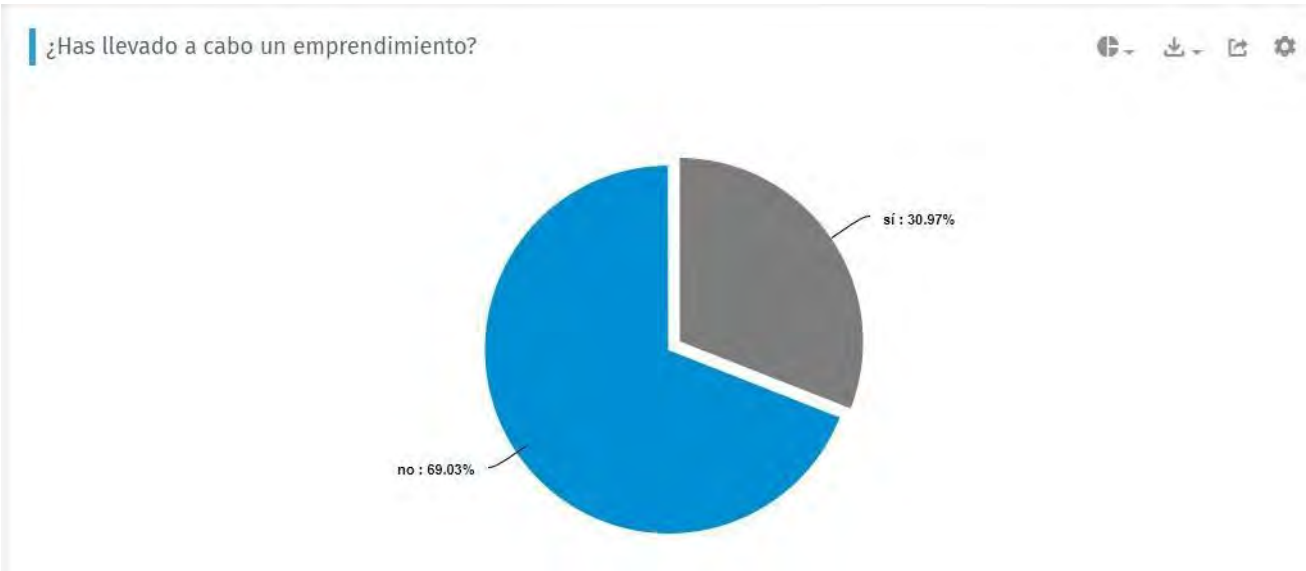
En la primera pregunta referente a la edad se obtuvo como resultado que los alumnos en su mayoría de 20 y 21 años fueron quienes participaron en los cuestionarios ocupando el 55.75%; en segunda instancia se encuentran respuestas de alumnos entre los 18-19 años con un 29.20%. Por último, los alumnos de más de 21 años ocuparon un 15.04% de los encuestados.



En cuanto a los resultados obtenidos sobre el género de la persona que realizaba la encuesta se obtuvo un 43.36% de respuestas del sexo femenino, 43.36% de sexo masculino y un 13.27% del género LGBTIQ+.

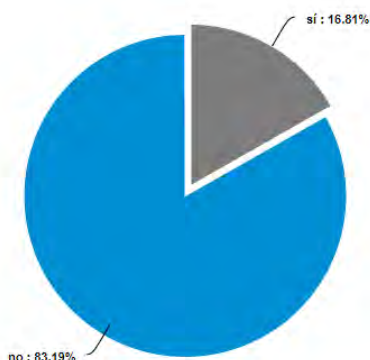


Los datos obtenidos sobre si habían llevado a cabo un emprendimiento fueron que el 69.03%, siendo la mayoría de los encuestados, no había tenido un emprendimiento antes, sin embargo, el 30.97% sí lo habría llevado a cabo un emprendimiento.



Por otra parte, en la pregunta numero 4 los resultados acerca de si actualmente algún alumno tiene un negocio se puede notar en las gráficas que el 16.81% cuenta con un emprendimiento actualmente. Pero el 69.03%, que es mucho más del 50% de encuestado, actualmente no tiene un negocio propio.

¿Actualmente tienes un negocio propio?



Las preguntas continuas en esta encuesta reflejaran el resultado acerca de las puntuaciones que los alumnos encuestados le asignaron a cada pregunta. La puntuación fue seleccionada propiamente, con sinceridad y acorde a las instrucciones sobre la puntuación que recibió el encuestado.

EVALUACIÓN DEL PERFIL PARA SER UN EMPRENADOR

Statement	5	4	3	2	1	Overall
1- Soy capaz de afrontar problemas y buscar soluciones ante ellos.	39 34.78%	36 31.86%	37 32.74%	9 7.96%	2 1.77%	113 100%
2- Mantengo la calma ante las adversidades y pienso positivamente.	25 22.12%	40 35.4%	25 22.01%	18 15.93%	4 3.54%	113 100%
3- Me considero una persona sociable a pesar de mi estado de ánimo.	24 21.24%	39 34.78%	37 32.74%	20 17.7%	4 3.54%	113 100%
4- Me considero una persona que sabe escuchar y brindar opiniones con empatía	35 31.12%	31 27.65%	40 35.4%	17 15.04%	1 0.88%	113 100%
5- Me considero una persona con iniciativa y perseverancia	22 19.47%	39 34.78%	38 33.63%	22 19.47%	1 0.88%	113 100%
6- Puedo entablar una conversación por iniciativa propia y crear un vínculo	19 16.81%	39 34.78%	38 33.63%	25 22.12%	1 0.88%	113 100%
7- No soy una persona que se rinde fácilmente, me gusta luchar por lo que quiero conseguir	31 27.43%	32 28.32%	31 27.43%	17 15.04%	2 1.77%	113 100%
8- me considero una persona creativa e ingeniosa.	33 29.17%	31 27.65%	36 32.43%	16 14.24%	5 4.5%	111 100%
9- creo en la toma de riesgos para lograr alcanzar mis objetivos	23 20.35%	37 32.74%	43 38.05%	8 7.08%	2 1.77%	113 100%
10- Me gusta intentar una y otra vez las cosas hasta que me salgan bien	29 25.89%	53 47.32%	24 21.43%	5 4.46%	1 0.89%	112 100%
11- Acepto cuando me equivoco y no tengo miedo de aceptar críticas.	27 24.21%	40 36.33%	32 29.07%	3 2.91%	1 0.97%	103 100%

EVALUACIÓN DEL PERFIL PARA SER UN EMPRENADOR

De acuerdo con los datos obtenidos de la primera tabla donde se le asignaba una puntuación del 5 al 1 siendo 5 definitivamente sí; 4 probablemente sí; 3 indeciso; 2

probablemente no y 1 definitivamente, se analizaron los datos:

El 32.7% aún no está seguro de su capacidad para enfrentar problemas y encontrar soluciones, mientras que solo el 25.66% definitivamente serían capaces de hacerlo.

El 35.4% de los encuestados dijeron que saben mantener la calma y pensar positivamente y tan solo el 3.54% no sabrían hacerlo.

En las personas un factor que influye es el estado de ánimo. Se obtuvo como resultado que el 32.74% de los alumnos de mercadotecnia y negocios consideran que a veces pueden socializar a pesar de su estado de ánimo. Mientras que el 21.24% de los encuestados aseguraron que definitivamente sí el estado de ánimo en el que se encuentren influirá en su relación social.

El 26.55% de los alumnos encuestado respondieron que posiblemente sí son personas que saben escuchar y brindan opiniones con empatía. Pero el 22.12% aseguraron que definitivamente sí son personas que sabrían escuchar y brindar opiniones con empatía.

El 33.36% consideran que tienen iniciativa y perseverancia, y asimismo, 33.36% de los alumnos respondieron en la escala que a veces podrían entablar una conversación por iniciativa propia y crear un vínculo.

28.32% de los alumnos posiblemente no se rinden fácilmente y luchan por lo que quieren conseguir.

32.43% de los alumnos se definen como mas o menos creativos e ingeniosos, 20.72% dicen que sí definitivamente son creativos e ingeniosos y tan solo el 4.5% de los encuestados no tienen creatividad y tampoco son ingeniosos

El 38.05% aun no sabrían si tomar riesgos para alcanzar sus objetivos sería bueno o malo, el 1.77% de los encuestados aseguran que no lo hacen, es una cantidad mínima pero el 32.74% en su mayoría de veces si toman riesgos para alcanzar sus objetivos.

El 47.32% de los alumnos encuestados probablemente sí intentan una y otra vez las cosas hasta que les salgan bien y el 0.89% de los encuestados no lo hace. Mientras que el 25.89% de los alumnos definitivamente sí lo intentan.

El 38.83% de los alumnos encuestados respondieron que probablemente sí aceptan cuando se equivocan y no tienen miedo a aceptar las críticas y el 31.07% a veces sí aceptan cuando se equivocan y no tienen miedo a aceptar las críticas.

EVALUACIÓN DE FACTORES QUE LLEVAN A EMPRENDER A JÓVENES DE LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.

Statement	5	4	3	2	1	Overall
1- Emprender para mí es una alternativa de ganar dinero propio	48 42.48%	30 26.55%	31 27.43%	4 3.54%	0 0%	113 100%
2- Emprender para mí es una satisfacción por reconocimiento y éxito	26 23.01%	37 32.74%	42 37.17%	7 6.19%	1 0.88%	113 100%
3- Emprender para mí es ser mi propio jefe y no depender de una empresa, institución, etc.	23 20.35%	36 31.86%	36 31.86%	15 13.27%	3 2.65%	113 100%
4- Considera que no tener suficiente dinero es un impedimento para emprender	16 14.29%	23 20.54%	51 45.54%	16 14.29%	6 5.36%	112 100%
5- La motivación familiar es un elemento de gran valor para comenzar a emprender	21 18.58%	20 17.68%	42 37.17%	14 12.39%	7 6.19%	113 100%
6- Mi mayor motivación para emprender son mis ganas de superarme	36 31.86%	28 24.78%	40 35.4%	8 7.08%	1 0.88%	113 100%
7- Una de mis motivaciones para emprender es la pasión por los negocios	26 23.01%	28 24.78%	39 34.51%	17 15.04%	1 0.88%	113 100%
8- Una de mis motivaciones para emprender es tener algo propio	39 34.51%	25 22.12%	37 32.74%	10 8.85%	2 1.77%	113 100%
8- Una de mis motivaciones para emprender es tener algo propio	39 34.51%	25 22.12%	37 32.74%	10 8.85%	2 1.77%	113 100%
9- Una de mis motivaciones para emprender es evitar un trabajo rutinario	18 15.93%	35 30.9%	45 39.82%	13 11.5%	4 3.54%	113 100%
10- Una de mis motivaciones para emprender es buscar nuevas oportunidades de negocios	26 23.01%	39 34.51%	34 30.09%	7 6.19%	4 3.54%	113 100%
11- Para mí iniciar un emprendimiento es una buena opción en la actualidad	31 27.52%	43 40.95%	27 25.11%	3 2.86%	1 0.95%	105 100%

Min Max

EVALUACIÓN DE FACTORES QUE LLEVAN A EMPRENDER A JÓVENES DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE QUINTANA ROO

De acuerdo con los datos obtenidos de la segunda tabla donde se le asignaba una puntuación del 5 al 1 siendo 5 definitivamente sí; 4 probablemente sí; 3 indeciso; 2 probablemente no y 1 definitivamente, se analizaron los datos:

Con el 42.48% se determinó que definitivamente sí, la alternativa de ganar dinero propio es un factor que llevaría a los jóvenes a emprender, mientras tanto en la segunda cuestión, la satisfacción al reconocimiento y éxito como factor, el 23.01% de los alumnos dicen que definitivamente sí lo es. Por otro lado, el que sea porque serian su propio jefe y no dependerían de alguna empresa o institución fue un 31.86% posiblemente sí y un 31.86% en indecisión por considerarlo.

En los siguientes resultados se encuentra que el 45.54% de los encuestados consideran y no consideran al mismo tiempo que no tener suficiente dinero es un impedimento para


emprender y lo mismo sucede al contemplar la motivación familiar como un factor la mayoría de los encuestados siendo el 37.17% respondieron indecisión ante ello.

El 35.4% de los estudiantes encuestados respondieron que su mayor motivación son sus ganas de superarse, pero podrían ser posible que al mismo tiempo no lo sean. Y tan solo 24.78% de los alumnos respondieron que una de su motivación definitivamente sí es la pasión por los negocios, pero 34.51% de los alumnos aún reconsideran que eso sea una motivación.

Sin embargo, en el caso de que una de sus motivaciones para emprender es tener algo propio la mayoría asegura que definitivamente sí lo es, siendo estos el 34.51% de los encuestados. El 15.93% respondió que evitar el trabajo rutinario definitivamente sí es un factor que influye. El 34.51% respondo que posiblemente una de sus motivaciones sea buscar nuevas oportunidades de negocio. Y en el último factor, siendo que emprender es una buena alternativa actualmente el 40.95% respondió que es muy posible considerarlo, pero 1 persona dice que definitivamente no considero ello un factor.

EVALUACION DE PROGRAMAS DE APOYO PARA EMPRENDEDORES.

Statement	5	4	3	2	1	Overall
1- Las universidades deberían ofrecer programas de apoyo a sus alumnos que deseen emprender.	52 46.02%	33 29.2%	26 23.01%	2 1.77%	0 0%	113 100%
2- Las universidades deberían permitirles a los alumnos emprenden dentro de la institución.	42 37.17%	29 25.67%	29 25.67%	6 7.08%	0 0%	113 100%
3- Las universidades deberían realizar actividades para los alumnos que son emprendedores.	46 40.71%	31 27.43%	20 17.66%	6 5.31%	1 0.88%	113 100%
4- Debería considerarse el promedio del alumno como un requisito para recibir un apoyo de beca.	10 15.93%	20 24.78%	40 35.4%	11 9.73%	16 14.16%	113 100%
5- Los apoyos gubernamentales son suficientes, económicamente, para los emprendedores.	13 11.93%	28 25.69%	30 27.52%	17 15.1%	15 13.76%	109 100%



EVALUACIÓN DE PROGRAMAS DE APOYO PARA EMPRENDEDORES

Las diferentes categorías en esta tabla reflejan la escala de puntuación utilizada:

5 totalmente de acuerdo; 4 de acuerdo; 3 indeciso; 2 en desacuerdo; 1 totalmente en desacuerdo.

Con la relaciona a los resultados obtenidos se llegó al siguiente análisis:

Los alumnos en su mayoría siendo el 46.02%, consideran que las universidades deberían ofrecer programas de apoyo para aquellos alumnos que deseen emprender esto con el beneficio de motivarlos y ayudarlos para cumplir una de las metas como lo son iniciar un

negocio.

También, con un porcentaje del 37.17% de los alumnos, se está de acuerdo en que para aquellos que quieran emprender dentro de la universidad, se les permita hacerlo, factores como sería acorde a un horario, temporada, etc podrían ser discutidos a futuro. Asimismo, el 40.71% de los encuestados son los que están de acuerdo en que se lleven a cabo actividades para los emprendedores por ejemplo ferias, eventos, festivales, competencias, etc.

Por otra parte, la mayoría siendo el 35.4% de los encuestados no sabrían con certezas decidir si el promedio sea un factor relevante para el emprendedor en la obtención de una beca. Así como tampoco se pudo llegar a una respuesta concisa en un “de acuerdo” o “desacuerdo”, ya que el 27.52% están indecisos, es decir no están seguros si los apoyos gubernamentales son suficiente económicamente para los emprendedores. Esto último puede ser consecuencia de desinformación de programas, consideración de los cambios en la probabilidad de obtener un apoyo, entre otros.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES

Con relación a la hipótesis numero 1: El espíritu emprendedor es un factor determinante en el proceso para iniciar un negocio. La conclusión acorde a los datos previamente analizados considero que en la mayoría de los alumnos si es un determinante para iniciar un negocio, sin embargo, en este caso, la mayor parte de respuestas fueron indecisas por los alumnos encuestados, es decir aún tienen miedo a llevar acabo un emprendimiento, no sabrían si están tomando una buena o mala decisión porque su espíritu emprendedor está débil. Y esto va a que no lo han trabajado o que muy poco de ellos realmente quieren emprender. Pero asimismo son varios los alumnos de Mercadotecnia y Negocios que tienen fuerte su espíritu emprendedor porque demostraron con sus respuestas que están siendo preparados para todos los retos que implica la decisión de tener un negocio propio. Sus habilidades y preparación psicológica están en marcha.

Con relación a la hipótesis numero 2.- Los problemas económicos repercuten en la motivación de una persona para iniciar un negocio propio. No se obtuvo una respuesta concisa, ya que de acuerdo con el análisis de datos la mayoría considera que el no tener dinero para iniciar un negocio no sería un impedimento para emprender, pero al mismo tiempo sí lo sería y que motivaciones como el tener algo propio y ganar su propio dinero son los que más los impulsan a la iniciativa de emprender.

Con relación a la hipótesis numero 3.- Las instituciones gubernamentales y educativas incentivan a los estudiantes al emprendedurismo por medio de programas adecuados a las necesidades de un emprendedor. La conclusión tomando en cuenta el análisis de datos es que sí. Incentivar a los estudiantes al emprendedurismo por medio de instituciones gubernamentales que brinden, por ejemplo, becas económicas que sean con apoyo considerable y reconsiderando si el promedio debiese ser un factor, o si se habla de intuiciones educativas, con la realización de ferias, festivales, el libre emprendedurismo en la universidad, cursos de emprendimiento, etc. incentivarían que el alumno siga preparándose y desarrollándose en este ámbito es el emprendedurismo.

REFERENCIAS

- Aderavi. (2017, 16 abril). *Análisis DAFO > ADERAVI. ADERAVI.*
<http://aderavi.org/analisis-dafo>
- Animarse a Emprender. (s. f.). Google Books.
https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=5LerERQeAMC&oi=fnd&pg=PA13dq=problemas+para+emprender&ots=_qllY9BPBJ&sig=hclKTt5N8in9CyT9rc2GulVP6g#v=onepage&q=problemas%20para%20emprender&f=false
- Antonio, M. L. J. (2006, 1 marzo). *El perfil psicosocial del emprendedor universitario.*
<https://journals.copmadrid.org/jwop/art/210f760a89db30aa72ca258a3483cc7f>
- CAÑIZARES, F. J. (2010). *Estudios de economía aplicada* (Vol. 28). Valladolid, España, España. Recuperado el Marzo de 2023, de
<https://www.redalyc.org/pdf/301/30120334014.pdf>
- Colombo, D. (2020, 20 abril). *Reinventate: Las 21 claves ineludibles para tener éxito como emprendedores, por Daniel Colombo. Daniel Colombo.*
<https://www.danielcolombo.com/reinventate-las-21-claves-ineludibles-para-tener-exito-como-emprendedores-por-daniel-colombo/>
- Desarrollo emprendedor. (s. f.-a.). Google Books.
<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=2GuHhOYk59kC&oi=fnd&pg=PA3&dq=el+emprendedor&ots=qUTkgHpp5&sig=gDSskqXaJ9IWMj9sVG0u9EBRDA#v=onepage&q=el%20emprendedor&f=false>
- Desarrollo emprendedor. (s. f.-b.). Google Books.
<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=2GuHhOYk59kC&oi=fnd&pg=PA3&dq=el+emprendedor&ots=qUTkgHpp5&sig=gDSskqXaJ9IWMj9sVG0u9EBRDA#v=onepage&q=el%20emprendedor&f=false>
- dlopez29. (25 de Marzo de 2020). *genially.* Obtenido de
[dj0yJnU9S2pxS21TbEZwdEpoX0hXN21raVg2bW5HOHl0X3p0RF8mcD0wJm49V3p3RklPeGpmOHV0OGVMYnVFbFpXQSZ0PUFBQUFBR1I0NzIN](https://www.genially.com/dj0yJnU9S2pxS21TbEZwdEpoX0hXN21raVg2bW5HOHl0X3p0RF8mcD0wJm49V3p3RklPeGpmOHV0OGVMYnVFbFpXQSZ0PUFBQUFBR1I0NzIN)

DSpace Book View. (s. f.).
https://dehesa.unex.es/flexpaper/template.html?path=https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/3361/1/0214-9877_2012_1_4_521.pdf#page=4

Emmanuel García Uribe, L. O. (2016). Motivaciones y obstáculos para el emprendedurismo: una perspectiva de género desde los jóvenes universitarios. *Revista retos*, 11, 41-50. Recuperado el marzo de 2023, de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/6013/884-4307-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

García, J. L., Ward, A. H., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017a). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

García, J. L., Ward, A. H., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017b). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

Gerber, M. E. (s.f.). *El mito del emprendedor*. California. Recuperado el febrero de 2023, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55841901/El_Mito_del_Emprendedor-libre.pdf?1519051894=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_Mito_del_Emprendedor.pdf&Expires=1685644623&Signature=T~qAbm4k7Ng4KY3tsO43Of4d4d4JPdj8sRrT2~ZewBpNJ AqvlgXKa4Z

Gómez-Araujo, E. (s. f.). *El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512015000300011

Herrera, C. V. (2021). Qué es la motivación, su importancia y sus principales teorías. *gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/#teorias-de-la-motivacion>

Ignacio Contín, M. L. (abril- junio de 2007). Características distintivas de los emprendedores

y los empresario establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa*(20). Recuperado el Abril de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/Ignacio-Pilart/publication/271847799_Caracteristicas_distintivas_de_los_emprendedores_y_los_empresarios_establecidos_evidencia_a_partir_de_los_datos_REM_de_Navarr_a/links/54d4b6d50cf2970e4e6383ae/Caracteristicas-distint

Introducción a la investigación de mercados. (s. f.).

<https://es.slideshare.net/ilianaaguilar/introduccion-a-la-investigacion-de-mercados-46103788>

Navarro, J. R. (s.f.). *Emprendedurismo social y nueva economía social como mecanismos para la inserción.* Valencia . Recuperado el abril de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/Amparo-Navarro-2/publication/265923020_Emprendedurismo_social_y_nueva_economia_social_como_mecanismos_para_la_insercion_sociolaboral/links/55b34ed508ae9289a0859efe/Emprendedurismo-social-y-nueva-economia-social-como-me

Muguirra, A. (2023). ¿Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla? *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

Park, S. I. S., & Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista internacional de investigación en ciencias sociales*, 11(2), 291-314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>

Pérez-León, G. (2022). Escala Likert ejemplos. *GPL Research*. <https://gplresearch.com/escala-likert-ejemplos/>

Puchol, L. (2007). *El libro del emprendedor* (Vol. 3). España: Diaz de Santos. Recuperado el abril de 2023, de <http://www.bibliotecaabierta.andaluciaemprende.es/buenasPracticasWeb/datos/Documento-2102462621/651/674.pdf>

Puerta, A. R. (2020). Investigación cuantitativa: características, técnicas, ejemplos. *Lifeder*.

<https://www.lifeder.com/investigacion-cuantitativa/>

Online surveys - Free online survey software - *Customer satisfaction surveys* - *Employee survey* - *Online questionnaires.* (s. f.).

<https://www.questionpro.com/a/editSurvey.do?surveyID=11183204>

Ortega, C. (2023). Tipos de investigación de mercado y sus principales características. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercado/>

Revista de educación n° 351. *La transición a la vida activa.* (s. f.). Google Books.

<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=gIUaBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA49&dq=problemas+para+emprender&ots=ZXQhzAjSzW&sig=hRA900gCMFPZAKM6uGUPuJAMr9w#v=onepage&q=problemas%20para%20emprender&f=false>

Rodríguez, R. A. (2011). *El emprendedor de éxito* (Vol. 4). México. Recuperado el abril de 2023,

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48916109/Comprension_lectora_Curso_emprendedorismo_e_inversion_1-libre.pdf?1474144953=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_Emprendedor_de_exito.pdf&Expires=1685644579&Signature=EMqVal6FKr9~qtYm4RCw992

Roo, U. A. (2023). Departamento de seguimiento y evaluación. Chetumal, Quintana Roo. Recuperado el marzo de 2023

Santos, D. (2023, 13 abril). Qué es la investigación de mercados y para qué sirve. *HubSpot*.

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-investigacion-mercados>

Santos, D. (2023a, marzo 20). Tipos de investigación de mercados y sus características.

HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-investigacion-de-mercados>

Veiga, L. (2021, 24 marzo). *¿Qué explica las diferencias en el comportamiento*

emprendedor por nivel socioeconómico? Parte I - Hacer Empresa. Hacer Empresa.

<https://www.hacerempresa.uy/que-explica-las-diferencias-en-el-comportamiento-emprendedor-por-nivel-socioeconomico/>

Vergara, M. C. (Julio-Diciembre de 2019). *Neuro Reflexiones-Administración de Empresas*.

Revista Neuronum, 5(2), 136. Recuperado el abril de 2023, de <file:///C:/Users/kartu/Downloads/200-393-1-SM.pdf>

Vista de *¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas?* (s. f.).

<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/251/242>

Vista de *El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización* / Punto de vista. (s. f.).

<https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/441/412>

ANEXOS

Cuestionario

Buen día. Este cuestionario va dirigido para conocer las motivaciones y desmotivaciones de los alumnos de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo por emprender.

Asimismo, saber que tanto es el apoyo por parte de la universidad para que los jóvenes estudiantes puedan emprender.

De ante mano se les agradece su colaboración y tiempo. Muchas gracias.

Descripción:

Buen día. Para la realización de la tesis “Analizar las causas que determinan el emprendimiento en la carrera de Mercadotecnia y Negocios de la UQROO”, llevada a cabo por la alumna Martha Lizama de la carrera de Sistemas Comerciales, se implementara la siguiente encuesta. La finalidad es conocer los factores que motivan a los alumnos de la Universidad del Estado de Quintana Roo a llevar a cabo un negocio. Asimismo, conocer que tanto es el apoyo por parte de la universidad para que los jóvenes estudiantes puedan emprender.

Marca la opción que usted seleccione.

1.- Edad

- 18-19 años
- 20-21 años
- Más de 21 años

2.- Género

- Femenino
- Masculino
- LGBTIQ+

3.- ¿Has llevado a cabo un emprendimiento?

- Sí
- No

4.- ¿Actualmente tienes un negocio propio?

- Sí
- No

<p>Para la siguiente tabla se le agradecería su honestidad al responderla esto con la finalidad de obtener resultado óptimos y verídicos. No tardara más de 5 minutos la evaluación.</p>							
<p>La escala de puntuación está representada por las siguientes categorías</p>							
<p>5 definitivamente sí 4 probablemente sí 3 indeciso 2 probablemente no 1 definitivamente no</p>							
<p>EVALUACION DEL PERFIL PARA SER UN EMPRENADOR</p>							
			5	4	3	2	1
1.- Soy capaz de afrontar problemas y buscar soluciones ante ello.							
2.- Mantengo la calma ante las adversidades y pienso positivamente.							
3.- Me considero una persona sociable a pesar de mi estado de ánimo.							
4.- Me considero una persona que sabe escuchar y brindar opiniones con empatía							
5.- Me considero una persona con iniciativa y perseverancia							
6.- Puedo entablar una conversación por iniciativa propia y crear un vinculo							
7.- No soy una persona que se rinde fácilmente, me gusta luchar por lo que quiero conseguir							
8.- me considero un persona creativa e ingeniosa.							

9.- creo en la toma de riesgos para lograr alcanzar mis objetivos					
10.- Me gusta intentar una y otra vez las cosas hasta que me salgan bien					
11.- Acepto cuando me equivoco y no tengo miedo de aceptar críticas.					

EVALUACION DE FACTORES QUE LLEVAN A EMPRENDER A JOVENES DE LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO.							
La escala de puntuación está representada por las siguientes categorías							
5 definitivamente sí 4 probablemente sí 3 indeciso 2 probablemente no 1 definitivamente no							
			5	4	3	2	1
1.- Emprender para mí es una alternativa de ganar dinero propio							
2.- Emprender para mí es una satisfacción por reconocimiento y éxito							
3.- Emprender para mí es ser mi propio jefe y no depender de una empresa, institución, etc.							
4.- Considero que no tener suficiente dinero es un impedimento para emprender							

5.- La motivación familiar es un elemento de gran valor para comenzar a emprender.					
6.- Mi mayor motivación para emprender son mis ganas de superarme					
7.- Una de mis motivaciones para emprender es la pasión por los negocios					
8.- Una de mis motivaciones para emprender es tener algo propio					
9.- Una de mis motivaciones para emprender es evitar un trabajo rutinario					

10.- Una de mis motivaciones para emprender es buscar nuevas oportunidades de negocios					
11.- Para mí iniciar un emprendimiento es una buena opción en la actualidad					

EVALUACION DE PROGRAMAS DE APOYO PARA EMPRENDEDORES.							
La escala de puntuación está representada por las siguientes categorías							
5 totalmente de acuerdo 4 de acuerdo 3 indeciso 2 en desacuerdo 1 totalmente en desacuerdo							
			5	4	3	2	1
1.- Las universidades deberían ofrecer programas de apoyo a sus alumnos que deseen emprender							
2.- Las universidades deberían permitirles a los alumnos emprenden dentro de la institución.							
3.- Las universidades deberían realizar actividades para los alumnos que son emprendedores.							
4.- Debería considerarse el promedio del alumno como un requisito para recibir un apoyo de beca.							

5.- Los apoyos gubernamentales son suficientes, económicamente, para los emprendedores.					
---	--	--	--	--	--