



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Problemática del alumno emprendedor y apoyo que requiere de una incubadora de negocios

Laura Leticia Gaona Tamez¹
Fernando Miguel Ruiz Díaz*
Valeria Alejandra Vázquez Montiel**

Resumen

El objetivo de la presente investigación es exponer y describir la problemática que enfrenta el alumno emprendedor y el apoyo que requiere de una incubadora de negocios, en una institución de educación superior. Se llevó a cabo una investigación documental y una de campo. Para la investigación de campo se diseñó un cuestionario administrado a 57 alumnos que actualmente tienen un negocio. Los resultados muestran la necesidad de vincular estrechamente la academia con el entorno académico. De tal forma que las Instituciones de Educación Superior sean también, un medio para formar empleadores y no solamente empleados.

Palabras clave: Alumno emprendedor, problemática, apoyo, incubadora de negocios.

Abstract

Objective: to set forth and describe the problems that face the entrepreneurial students and the support that they require from a business incubator in a higher education institution. **Method:** it was carried out a documental research and a field one. For the field research it was designed a survey administered to 57 students that presently have a business. **Resultas.** The results show the need to closely link the academy with its environment. In such a way that the higher education institutions also be a mean to create employers and not only employees.

Keywords: Entrepreneurial student, problems, support, business incubator.

Introducción

Las políticas que se pretende imponer Estados Unidos (EU) en materia de comercio pueden repercutir en México. EU busca revisar el Tratado de Libre Comercio (TLC) y restringir el comercio entre ambos países. Este cambio, nos obliga a buscar formas de minimizar las afectaciones a la economía de nuestro país. A nivel macro, el gobierno deberá defender su posición ante el TLC y buscar alianzas con socios de otros bloques.

¹ **Universidad Autónoma de Coahuila.

Dirigir su mirada fuera del vecino país y pensar en América Latina, Europa y Asia. Éste es un momento crucial en el que México debe redefinir algunas de sus políticas para el interior de nuestro país. El emprendedurismo debe promoverse con mayor fuerza y debe ser lo suficientemente creativo para ofrecer una opción de creación y comercialización de productos que ya no estarán disponibles, o que no serán económicamente viables dadas las circunstancias actuales.

A nivel local, la economía de la zona conurbada de Monclova, Coahuila requiere de la creación de empresas privadas y “...por ende, la búsqueda, apoyo y capacitación de aquellos individuos que reúnan las características necesarias para ponerlas en marcha: los emprendedores” (Grabinsky, 2001). En la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Coahuila UA de C) efectuamos una investigación con la finalidad de diseñar la metodología y procedimientos operativos para la creación de una incubadora de negocios. El resultado de dicha investigación se encuentra contenido en un extenso manual titulado: *Metodología y Procedimientos Operativos para la Creación de una Incubadora de Negocios en la Facultad de Contaduría y Administración (Unidad Norte) de la Universidad Autónoma de Coahuila*

Sin embargo, al inicio de nuestra investigación surgieron las siguientes preguntas:

¿Cuántos alumnos de la FCA son emprendedores? ¿Cuál es su perfil? ¿Qué problemática enfrentan? y ¿Qué tipo de apoyo requieren por parte de una incubadora? Por tanto, el objetivo de este trabajo es exponer y describir los resultados que proporcionaron respuesta a dichas preguntas y que fueron base fundamental del diseño de la metodología y procedimientos operativos para la creación de una incubadora de negocios.

Revisión literaria

El emprendedor.

De acuerdo con López (2009), un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de asumir riesgos calculados a tal grado que logra fundar un negocio. Posee un carácter obsesivo e inconforme, lo que le permite lograr los objetivos que se propone sorteando toda clase de obstáculos, tiene una energía inagotable y está dotado de las aptitudes y habilidades necesarias para crear y hacer crecer un negocio. Rodríguez-Alcaide. et. al. (2009) corrobora lo anterior y expone el arquetipo del emprendedor de una empresa (Ver Tabla 1).

Tabla 1: Arquetipo del emprendedor de una empresa.

Arquetipo del emprendedor-fundador de la empresa familiar
Es una persona con una gran necesidad de logro y se empeña en alcanzar los objetivos trazados, tomando personalmente las decisiones necesarias.
Es hábil en el cálculo de riesgos, perseverantes y enérgicos, sin menoscabo de la creatividad necesaria para arrancar algo distinto.
Tiene la capacidad para hacer realidad una idea o una ilusión. Es capaz de transformar los recursos en resultados.
Tiene carisma, capacidad de aunar voluntades y seducir a otros para que se adhieran al negocio.
Generalmente es una persona que enfrentó pobreza, la muerte de un padre, etc., y que tuvo que reaccionar a la adversidad decidiendo superarse por sí mismo.
No es una persona que se someta a las decisiones de otra y mucho menos sí es un familiar. Suele dirigir el negocio personalmente y no acepta estructuras de gobierno.
Le resulta difícil delegar, algunos son arrogantes y poseen un ego considerablemente grande. Suelen desarrollar estructuras defensivas que sirven para ver todo “color de rosa”.

Fuente: elaboración propia a partir de información de Rodríguez-Alcaide, et. al., (2009).

De acuerdo con Grabinsky (2001), un emprendedor es por naturaleza una persona que asume riesgos en forma constante. Pone en juego de manera obsesiva y constante todos los recursos con los que cuenta y se las ingenia para obtener otros recursos que parecerían ser inalcanzables. Todo emprendedor sabe que el negocio consiste en arriesgarse, fracasar y volver a empezar. La labor de un emprendedor es crear nuevas fuentes de empleo, promover el desarrollo de su comunidad, crear riqueza, ser una persona productiva y dedicada a una actividad remuneradora para él y los demás.

Para Orozco (2011) el emprendedor generalmente posee el siguiente perfil:

- Personalidad idealista y astuta, preocupada por hacer dinero.
- No les interesa demasiado el poder sino la autonomía, les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos planificados.
- Les gusta demostrar y demostrarse lo que saben, pueden y valen.
- Tienen capacidad de concentración para la resolución y búsqueda de salidas exitosas a problemas.
- No tienen todo absolutamente claro, tienen miedos como todo ser humano, pero a pesar de ello se animan.
- Buscan ofrecer un producto o servicio de calidad superior, distinto, destacado.

- Saben que se pueden equivocar, pero también saben que el fracaso es no intentarlo de nuevo.
- Poseen autoconfianza, están orientados al logro, asumen la responsabilidad de sus propias acciones, perseveran a pesar de los obstáculos y están orientados hacia las relaciones interpersonales laborales.
- El emprendedor no actúa aislado. El desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha, crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación.
- Debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio a su cliente (Orozco, 2011).

El proceso de emprender

García de León (2014), concibe la acción emprendedora como el resultado de un conjunto de actividades consecutivas que se originan a partir de la decisión de instalar un nuevo negocio y como final, su operatividad e implementación inicial. De acuerdo con dicho autor, el proceso emprendedor no debe ser concebido como la preparación de un plan, sino como un proceso evolutivo en el que:

“...a medida que éste avanza la iniciativa de instalación de una nueva microempresa o pequeña empresa irá madurando y transformándose gradualmente desde una idea difusa a una empresa en operación con posibilidades de transitar hacia la consolidación” (García de León, 2014 p. 74)

Dicho proceso emprendedor está conformado por siete fases, mismas que de manera resumida se presentan en la Tabla 2.

Tabla 2: Fases del proceso de emprender

Decisión de emprender.	Tiene su origen en estímulos de índole económica, sociocultural, personal o para aprovechar una oportunidad percibida.
Gestación de la idea.	Comprende la generación de ideas de negocios, su definición y la selección de la que presente las mayores ventajas y posibilidades de convertir en realidad.
Formación emprendedora básica.	Abarca el fortalecimiento de los conocimientos, capacidades y habilidades del futuro empresario para el desarrollo y éxito de su iniciativa emprendedora.
Preparación del modelo de negocio.	En esta fase, el futuro emprendedor da respuesta a las siguientes preguntas: ¿Quiénes serán nuestros clientes? ¿Qué beneficios únicos les ofreceremos?

	¿Cuáles serán las principales vías para generar ingresos? Y ¿qué recursos claves se requerirán?
Formulación del plan de negocio	Constituye un documento que integra un conjunto de estudios pormenorizados y que tienen como finalidad verificar la viabilidad de los componentes del plan y describir con precisión y detalladamente las características que tendrá la empresa una vez creada.
Ejecución del plan	Esta fase consiste en la elaboración de un programa de trabajo que contenga la calendarización de las actividades a desarrollar.
Desarrollo inicial del negocio	Se incorporan las técnicas y herramientas de gestión administrativa para responder de manera efectiva a los desafíos competitivos.
Servicios y recursos de apoyo al proceso emprendedor	Comprenden: cursos de formación, servicios crediticios, de información, tramitación y publicidad, etc.

Fuente: Elaboración propia a partir de información publicada por García de León (2011).

Obstáculos para fomentar el emprendedurismo a través de las incubadoras de negocio en México.

Predominio de la economía informal:

Una gran cantidad de jefes de familia forman parte de la economía informal y esto influye en la decisión que el joven tome al momento de elegir la actividad económica a la que se enfocará (Vidales, 2013). Dicho autor menciona que cerca del 60% de los empleos en México son informales y agrega:

“...la economía informal es un resultado del mal desempeño económico de México y no una causa. Para reducir la economía informal se debe...fomentar el emprendimiento como actividad económica. Desafortunadamente, tener 60% de los empleos en actividades informales no ayuda a fomentar una cultura emprendedora entre los jóvenes” (Vidales, 2013., p. 15).

En la Tabla 3 se muestra los motivos por los que las personas se mantienen en la economía informal y su correspondiente porcentaje.

Tabla 3: Motivos por el que las personas se mantienen en la economía informal.

Motivo	Porcentaje
Para complementar el ingreso de la familia.	36
Gana más en la informalidad, que en un trabajo formal.	34
No encontró empleo formal.	13
Por tradición familiar.	5.5

Pérdida de empleos u horarios flexibles.	11.5
--	------

Fuente: elaboración propia a partir de datos aportados por Vidales (2013).

Altos niveles de burocratización y falta de coordinación entre el gobierno y la universidad:

Rubio (2007) advierte que el común denominador en México es la burocracia la cual produce un estancamiento y que el ciudadano vive asediado no sólo por la inseguridad, sino también por la excesiva burocratización. Lo más drástico es que ésta burocratización “...mata toda iniciativa e impide la creación de empleos. El empresario que no ve la luz del día entre tantas regulaciones tan inútiles como contradictorias” (Rubio, 2007).

La creación de incubadoras en México es un proceso tortuoso y problemático, pues depende considerablemente de programas u organismos gubernamentales los cuales están altamente burocratizados (De la Cueva, 2013). Dicha autora encontró en la burocracia, un fuerte obstáculo a los que se enfrentan las incubadoras de negocios.

Algunos casos de corrupción

El periódico El Universal (2013) publicó que el Centro de Incubación de Base Tecnológica del Instituto Politécnico Nacional (CIEBT-IPN), tiene una cartera vencida superior a los 47 millones de pesos. Se menciona que la causa del “fracaso” de estos proyectos se debe en parte, a la imposibilidad para recuperar los créditos otorgados a emprendedores como parte del programa Capital Semilla. Pero también a ciertas irregularidades documentadas dadas a conocer por El Universal sobre el manejo ilegal de recursos:

“Se informó que, en los años 2008, 2010 y 2011 presuntamente se desviaron recursos provenientes del Fondo Pyme de la SE, pues algunos de los recursos nunca llegaron a los “emprendedores” y se simuló su entrega a falsos beneficiarios. Entre las anomalías está el uso del RFC de personas físicas y morales, para registrar ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) empresas inexistentes o “fachada” como supuestas beneficiarias; se falsificaron firmas para simular trámites ante la CIEBT-IPN o elaborar recibos; se usaron credenciales del IFE para justificar la creación de empleos falsos; el Centro cobró hasta 50 mil pesos por servicios de consultoría para cada emprendedor, que en algunos casos jamás recibieron, además de existir doble facturación por este concepto”.

Mercado, (2013), señala el caso de Empreser, una incubadora de negocios en Baja California. Dicha incubadora recibió del 2009 al 2012 alrededor de 70 millones de pesos para generar nuevas empresas. Pero en la realidad únicamente se emplearon para capacitar a emprendedores, de los cuales una mínima parte logra ser un “caso de éxito” y agrega:

“En una consulta aleatoria...algunos emprendedores indicaron que además del apoyo que el gobierno y la federación otorgan a Empreser para su capacitación, ellos debieron cubrir un monto de 3 mil 300 pesos, los cuales pagaron; a cambio obtuvieron un recibo sin ningún membrete. De la instrucción recibida por los capacitadores de la incubadora, la tacharon de mediocre, y que de los 12 cursos que se les proporcionó por un promedio de dos horas y media cada uno, “ninguno vale la cantidad que el gobierno paga por ellos” (Mercado, 2013).

En este caso la autora citada denuncia triangulación de recursos, opacidad y alteración en el número de empresas creadas.

Metodología

Para lograr el objetivo propuesto llevamos a cabo una investigación documental y otra de campo. Con la finalidad de determinar la cantidad de alumnos emprendedores (que actualmente tienen un negocio), su problemática y el tipo de apoyo que requieren de una incubadora de negocios, se procedió a efectuar un censo entre la población estudiantil de la FCA. Se entiende por censo, el recuento de individuos que conforman una población definida como un conjunto de elementos sobre la que se recopilan datos acerca de las características la misma (Ander-Egg, 2003).

La finalidad de efectuar dicho censo fue identificar de entre los 1 244 alumnos de los diferentes programas de estudio: Licenciatura en Contaduría, Administración, Recursos Humanos y Negocios Internacionales, cuántos estudiantes actualmente tienen un negocio (Emprendedores Universitarios), así como su principal problemática y apoyo requerido. Una vez identificados los Emprendedores Universitarios (EU), se procedió a la administración de un cuestionario.

Como resultado del censo efectuado, se identificó que, de los 1244 alumnos inscritos al momento de efectuar la investigación, 99 alumnos actualmente tienen un negocio (EU). Sin embargo, al momento de solicitarles su participación en el estudio, solamente 57 emprendedores accedieron a contestar el cuestionario. La razón de la negativa a participar se debe al fenómeno tan generalizado en México de la tendencia a prevalecer en la economía informal (Vidales, 2013). En la Tabla 4 se muestran las variables e indicadores que guiaron el diseño del cuestionario que se administró a 57 alumnos emprendedores distribuidos en dos turnos: matutino y vespertino.

Tabla 4: Variables e indicadores de la cédula censal para emprendedores universitarios.

Variable	Indicador
Datos generales	(Nombre) Sexo
	Edad
	Carrera

	Semestre
Sector al que pertenece su negocio	Sector primario (Agricultura, ganadería, minería y pesca). Sector secundario (Construcción, industria y manufactura). Sector terciario (Comercio servicios y transporte).
Descripción del negocio	Producto/ servicio que vende Antigüedad en el negocio Cantidad de trabajadores empleados en el negocio. Origen del financiamiento inicial. Motivación para crear su negocio. Principal obstáculo que encontró. Forma en que superó el obstáculo. Aprendizaje obtenido Problema actual que enfrenta el negocio.
Apoyo requerido	Capacitación Asesoría financiera Asesoría fiscal Apoyo para comercializar Apoyo para formalizarse Otros

Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos a través de la administración del cuestionario se procesaron y los resultados se exponen en el siguiente apartado.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a través de la administración de un cuestionario a 57 alumnos emprendedores que actualmente tienen un negocio. Los resultados se presentan de acuerdo al orden de las variables expuesto en el apartado de Metodología.

Tabla 5: Datos generales

Sexo	Frecuencia (%)	Edad	Frecuencia (%)	Carrera	Frecuencia (%)	Semestre	Frecuencia (%)
Masculino	16 (29%)	19	11 (19%)	LC LAE LARH LNI	29 (51%) 10 (17%) 11 (19%) 7(13%)	1° - 2°	12 (21%)
		20	7 (12%)			3° - 4°	11 (19%)
		21	16 (28%)			5° - 6°	15 (26%)
Femenino	41 (71%)	22	9 (16 %)			7° - 8	16 (29%)
		> de 22	14 (25%)			9°	3 (5 %)
Total	57		57		57		57

Fuente: elaboración propia

Tabla 6: Sector al que pertenece su negocio

Sector	Frecuencia	Porcentaje
Primario (agricultura, minería y pesca)	0	0
Secundario (construcción, industria y manufactura)	3	5.3
Terciario (comercio, servicios y transporte)	54	94.7
Total	57	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Descripción del negocio (antigüedad y cantidad de trabajadores)

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje	Empleados	Frecuencia	Porcentaje
			1	10	17.5
Menos de un año	18	31.6	2	24	42.1
1 a 3 años	25	43.8	3	16	28
Más de 3 años	14	24.6	4	5	8.8
			5	1	1.8
			7	1	1.8
Total	57	100.0		57	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 8: Descripción del negocio (origen del financiamiento inicial y motivación para crear su propio negocio).

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje	¿Qué lo motivó a crear su negocio?	Frecuencia	Porcentaje
Ahorros propios	31	54.3	Hacer dinero	32	56.1
Préstamos de otras personas	12	21.1	Motivación familiar	4	7.0
Ahorros familiares	14	24.6	Gusto por la actividad	14	24.6
			Otros	7	12.3
Total	57	100.0		57	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 9: Principal obstáculo que encontró y como lo superó

Obstáculo	Frecuencia	Porcentaje	¿Cómo superó	Frecuencia	Porcentaje
-----------	------------	------------	--------------	------------	------------

			ese obstáculo?		
Inversión económica	24	42.1	Apoyo familiar/otros	9	15.8
Crédito a clientes	3	5.3	Inversión	10	17.5
Poca Venta	13	22.8	Publicidad	8	14.0
Proveedores	3	5.3	Incremento en ventas	7	12.3
Otros	14	24.6	Ventas	23	40.4
Total	57	100.0		57	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 10: Aprendizaje obtenido de la experiencia y problema actual que enfrenta el negocio.

Aprendizaje	Frecuencia	Porcentaje	Problema	Frecuencia	Porcentaje
Mala organización	19	33.3			
Mala selección de proveedores	4	7.0	Falta de capital	29	50.9
Mal servicio	4	7.0	Falta de demanda	12	21.0
Precios altos	1	1.8	Otros	16	28.1
Otros	29	50.9			
Total	57	100.0		57	100.0

Fuente: elaboración propia

Tabla 11: Apoyo requerido para su negocio

Apoyo	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación	14	24.6
Asesoría financiera	14	24.6
Asesoría fiscal	6	10.5
Apoyo para comercialización	15	26.3
Apoyo para formalización	8	14.0
Total	57	100.0

Fuente: elaboración propia

Discusión de resultados y conclusiones

De los 1244 alumnos inscritos, 99 (7.96%) alumnos afirmaron tener un negocio, pero de éstos solamente 57 (58%) accedieron a responder al cuestionario. 42 alumnos (42%) que actualmente tiene un negocio, desean permanecer en la economía informal. La FCA ofrece cuatro carreras:

Licenciatura en Contaduría (LC), Licenciatura en Administración de Empresas (LAE), Licenciatura en Administración de Recursos Humanos (LARH) y Licenciatura en Negocios Internacionales (LNI)

Respecto al género de los emprendedores, en la FCA el 75% de los alumnos son del género femenino, mientras el restante 25% son del género masculino. La proporción de emprendedores del género femenino es de un 71%, con relación al total de emprendedores, y la del género masculino es de un 29%.

La gran mayoría de los emprendedores (75%) están en la edad en la que estudian su carrera, es decir entre los 19 y los 22 años.

Del total de los alumnos de la FCA (1244), un 44% (552) son de la carrera de LC y de los 57 alumnos emprendedores, un 51% son de la misma carrera. Los alumnos de la carrera de LAE representan un 24% (301) del total, y del total de los emprendedores un 17%. En el caso de los alumnos de la carrera de LARH, son un 20 % (252) del total de alumnos; y del total de los emprendedores son un 19% y los alumnos de la LNI son un 11% (139) del total de alumnos y de los emprendedores representan un 13%. Es decir, la proporción de alumnos de la carrera de LC es la mayor de todas respecto a los emprendedores.

Pensamos que la diferencia en proporción de alumnos de LAE del total de alumnos de la FCA, respecto a la proporción de emprendedores de la carrera de LAE del total de emprendedores, es resultado de la ausencia en la FCA un ambiente que promueva el emprendurismo entre los alumnos de la carrera de LAE.

Un 66% de los alumnos emprendedores estudian entre el primero y el sexto semestre, mientras que el restante 34% van en el octavo y noveno semestre. Aunque la mayor proporción estudia en los semestres séptimo y octavo y la menor está en el último semestre de la carrera. Es decir, ya a punto de terminar su carrera, los alumnos buscan ubicarse en una empresa y no emprender un negocio.

Ya que la FCA no ofrece carreras técnicas, casi el 95% del total de proyectos de los emprendedores son del sector terciario, es decir sus proyectos tienen que ver con actividades de servicio y comercio principalmente.

Del total de negocios, un 75.4% tienen una antigüedad de 0 a 3 años y el resto (24.6%) tienen más de 3 años. El 88% de los negocios tienen de uno a tres empleados y de estos un 80%, es decir un 70% del total, tienen 2 o 3 empleados.

El 79% de los negocios que han creado los emprendedores lo han hecho con ahorros propios o familiares y solo un 21% ha buscado préstamos de otras personas. Este hecho se explica por qué hay una gran solidaridad en las familias y una gran parte de los estudiantes de la FCA, hacen su carrera ayudándose con recursos propios o familiares. Aunque es lamentable decirlo que cuando terminan la carrera y en muchos casos han abandonado el proyecto que les permitió estudiar, no encuentran un empleo o el empleo que se les ofrece no les proporciona lo que ganaban en su actividad emprendedora.

Lo anterior lo confirmamos en el cuestionario, ya que la mayoría de los emprendedores respondieron que iniciaron su negocio con la finalidad de hacer dinero y solo una cuarta parte mencionó que lo creó por el gusto por la actividad.

Entre los principales obstáculos que encontraron al establecer su negocio, los emprendedores mencionaron la inversión económica y las bajas ventas de su producto. Estos obstáculos los superaron con ventas e inversión, y solo un bajo porcentaje lo hizo con apoyo familiar, aunque en el arranque de su negocio, una cuarta parte de los emprendedores mencionaron que tuvieron ayuda de sus familiares.

Los aprendizajes obtenidos por los emprendedores comprenden una variedad de conceptos, pero casi la mitad de ellos tiene que ver con una mala organización, una mala selección de proveedores y un mal servicio.

La mitad de los emprendedores consideró que la falta de capital es un problema que enfrenta actualmente su negocio y una quinta parte más considera la falta de demanda. Existe la voluntad de crear un negocio, pero la mitad se enfrenta al problema de falta de dinero para mantener a flote el negocio.

El apoyo que consideran los emprendedores requieren para su negocio se concentra en tres áreas principales: apoyo para comercialización, asesoría financiera y capacitación. Es relativamente bajo

el porcentaje que piensa que requiere apoyo para formalizar su negocio y es menor la proporción de quien piensa que requiere asesoría fiscal.

Falta por definir si, dado que un emprendedor posee un carácter obsesivo e inconforme y está dotado de las aptitudes y habilidades necesarias para crear y hacer crecer un negocio: qué es lo que sucede con nuestros egresados que muchas veces pagan su carrera con su proyecto y luego lo abandonan para trabajar en empresas donde no se les paga de acuerdo con su grado y capacidad.

Podríamos preguntarnos si los estudios de la carrera lo están limitando en sus objetivos o si en realidad no tenía el espíritu emprendedor suficientemente desarrollado que le permitiera seguir con su proyecto.

Conclusiones

Ante el panorama expuesto podemos emitir las siguientes conclusiones:

Además del apoyo que una incubadora de negocios dentro de la FCA puede ofrecer al alumno emprendedor, consideramos necesario, que toda Institución de Educación Superior (IES), debe vincular la academia con el entorno económico a través de las siguientes recomendaciones:

- Capacitar en el emprendimiento a todos los agentes que participan en el proceso educativo (director, docentes, tutores, etc.).
- Permea transversalmente el emprendimiento a través de las diferentes asignaturas de cada uno de los programas de estudio.
- Fomentar la cultura emprendedora a través de concursos, conferencias, exposiciones, talleres, etc.
- Fomentar un clima emprendedor con la finalidad de desmitificar la idea de que las personas deben una vez concluido sus estudios, buscar seguridad laboral y no asumir riesgos. De tal forma que las IES sean un “medio para generar empleados y no para formar empleadores”.

Referencias

- Ander-Egg, E., (2003), *Técnicas de investigación social.*, Editorial El Ateneo S.A. de C.V. México.
- De la Cueva, L., (2013). *La incubación de empresas y el emprendedor en el estado de Michoacán, una visión conjunta.* Recuperado de: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xviii/docs/1.20.pdf>
- El Universal., (2013). Fracaso el Centro de Incubación de Empresas IPN, Artículo publicado el martes 05 de noviembre del 2013. Recuperado de: <http://www.e-consulta.com/medios-externos/2013-11-05/fracaso-el-centro-de-incubacion-de-empresas-ipn>
- García-de León, s., (2011). *Creación y desarrollo de nuevos negocios: planes y metodología.* Sector comercio, México. Gasca
- García de León, S., (2014). *El proceso emprendedor y la creación y desarrollo de micros y pequeñas empresas viables.* En Hospitalidad-ESDAI. Issue 26, 71-85. 15p. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl>
- Grabinsky, S., (2001). *El emprendedor.* Creador y promotor de empresas. Editorial Del Verbo Emprender. 5ª edición. México.
- López, J., (2009). *El liderazgo según Maquiavelo.* En Cambio, Liderazgo y Formación. Recuperado de: <http://jordilopezcamps.wordpress.com/>
- Mercado, M.I. (2013). *El fraude de Empreser, Mungaray y la UABC.* En Observatorio Académico Universitario. Recuperado de: <http://red-academica.net/observatorio-academico/2013/04/02/el-fraude-de-empreser-mungaray-y-la-uabc/>
- Orozco, B., (2011) Incubadora de emprendedores. En Capital Privado. Recuperado de: www.capitalprivado.com.mx/2011/05/10/que-es-una-incubadora-de-negocios/
- Rodríguez- Alcaide, J., Rodríguez-Zapatero, M., y Rodríguez-Jiménez, M., (2009). *Visión Socio dinámica de la Familia Empresaria. Cuadernos de Reflexión de la Cátedra PRASA de Empresa Familiar.* Cuadernos de Reflexión N° 8. Universidad de Córdoba. Recuperado de: http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/5194/0_1_1233571473.pdf?sequence=1
- Rubio, L., (2007). *México burocrático.* Sección editorial en periódico El Siglo de Torreón. Domingo 24 de junio del 2007. Recuperado de: <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/282615.mexico-burocratico.html>
- Vidales, P., (2013) Un México de emprendedores. *El reto de la educación.* Ponencia IMEF. Recuperado de: <http://imef.org.mx/PONENCIAIMEF2013/pdf/Capitulo3.pdf>