



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

(Campus Tuxtepec)

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS. EL CASO DEL SUBPROGRAMA “MI PRIMERA EMPRESA: EMPRENDER JUGANDO”.

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

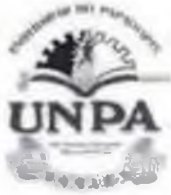
PRESENTA

NELIDA DE LA CRUZ MARTÍNEZ

**ASESOR DE TESIS
M.C. JAVIER DAMÍAN SIMÓN**

San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca. Junio, 2014

**DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS. EL CASO DEL
SUBPROGRAMA “MI PRIMERA EMPRESA: EMPRENDER JUGANDO”.**



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

CAMPUS TUXTEPEC

Tuxtepec, Oaxaca a 05 de junio de 2014

C. Nelida de la Cruz Martínez
Presente

La comisión revisora le informa que autoriza la **IMPRESIÓN** del trabajo de investigación titulado **"Desarrollo y evaluación de planes de negocios. El caso del subprograma: Mi primera empresa: emprender jugando"**, para presentarlo como tesis recepcional para obtener el título de **Licenciado en Ciencias Empresariales**, toda vez que cumple satisfactoriamente con la reglamentación establecida para tal fin.

Atentamente

terra uberrima, mens aperta

BQu Lo-tama, chí jí jú

M.A. Meyver de los Angeles Andrade López
Profesora-investigadora

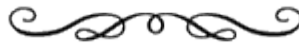
M.M.P. José Antonio Hernández Contreras
Profesor-Investigador

MBA/MRRH Enrique Valdés Pliego
Profesor Investigador



c.c.p. Archivo

Dedicatorias



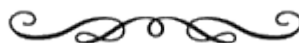
La presente tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera y titularme, a él porque ha sido mi guía, mi confidente, mi protector, y por nunca abandonarme en los momentos difíciles y por darme la fortaleza para seguir adelante.

A mis padres quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera. Que con su ejemplo, dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga aun cuando todo se complicaba. Gracias por enseñarme que en la vida no hay obstáculos que no se puedan superar. Los amo.

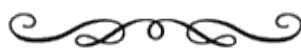
A mi hermana Heidi por apoyarme en cada momento de mi vida y a la cual amo mucho.

A mis amigas Patricia y Elizabeth gracias por sus palabras de ánimo y por sus oraciones.

“Si a alguno de ustedes le falta sabiduría, pídasela a Dios, y él se la dará, pues Dios da a todos generosamente sin menospreciar a nadie. Pero que pida con fe, sin dudar, porque quien duda es como las olas del mar, agitadas y llevadas de un lado a otro por el viento”. Santiago 1:5-6.



Agradecimientos



A la universidad del Papaloapan, institución que me permitió estudiar la carrera.

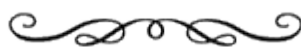
A mi director de tesis M.A Javier Damián Simón por compartir su conocimiento, experiencia, su tiempo, consejo, paciencia y por animarme hacer la tesis y sobre todo porque me impulso a llevar más allá este gran y hermoso proyecto para así superarme como profesionista, por todo esto, gracias, que Dios le siga bendiciendo y le de sabiduría de lo alto en cada uno de los proyecto que emprenda.

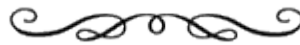
A mis revisores muchas gracias por los comentario realizado para mi tesis, M.M.P José Antonio Hernández Contreras, M.A Meyver Andrade López, M.B.A/M.R.R.H.H Enrique Valdés Pliego y M.D.C.A Romeo García Báez(revisor de mi protocolo de tesis).

Agradezco a mis papas que siempre me impulsaron con palabras de ánimo y apoyo, y en especial a Rubén y mis amigos Alfredo, Edgar y Marco Antonio, que siempre estuvieron allí a pesar de la distancia sin conocerlos en personas, gracias por sus oraciones y palabras de ánimo a seguir adelante a pesar de los problemas, muchas gracias. A fresvinda por animarme hacer la tesis y por buscarme para incitar a seguir con la tesis, que el señor te bendiga grandemente.

A mis amigos y compañero durante la carrera Fres, Susy, Toña, Alma, Celso, Leo, gracias por estar siempre conmigo, por los momentos que compartimos siempre los llevare en mi corazón.

Por último, agradezco a la Subsecretaría de Educación Superior la beca otorgada para la realización de este trabajo a través del PROMEP, mediante el proyecto de Fortalecimiento de los Cuerpos Académicos, del cual es producto esta tesis.





“Cuando nuestras actitudes sobrepasen nuestras habilidades, aun lo imposible se hace posible” (Anónimo)



*“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente”
(Peter Drucker).*

RESUMEN

La Educación en Emprendimiento (EE) en escuelas de nivel básico en nuestro país es un tema emergente de discusión, análisis e investigación. A la fecha solamente la Secretaría de Educación Pública y la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior hacen esfuerzos para atender este tema; sin embargo, falta mucho por hacer en cuanto a la capacitación y el desarrollo de habilidades, comportamientos y una cultura de emprendimiento en los alumnos de educación básica. La elaboración de planes de negocio se está impulsando desde la educación básica con la finalidad de que los alumnos tengan conocimientos básicos para poner en marcha una mini empresa, por tal motivo la presente investigación tuvo como objetivo principal evaluar la estructura y puesta en marcha de los planes de negocio elaborados por niños de quinto y sexto grado en la Escuela Primaria Rural Benito Juárez, en el marco del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

La investigación fue descriptiva y exploratoria, ya que escasamente se cuenta con información del tema de emprendurismo en la educación básica. Participaron alumnos que cursaban el quinto y sexto grado en la Escuela Primaria Rural Benito Juárez ubicada en la localidad de El Edén del municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca. Se estudiaron tres variables: el plan de negocio, conocimientos teóricos de emprendimiento y, habilidades de emprendimiento infantil. Se aplicó un cuestionario y un documento base de la estructura de plan de negocios que establece como guía la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), para evaluar el nivel de apropiación de conocimientos teóricos sobre emprendimiento, así como para la evaluación de la estructura del plan de negocios se diseñó una escala estimativa con tres niveles. El análisis de la información fue hecha mediante el software estadístico SPSS V.19, obteniendo frecuencias, proporciones y valores medios de las habilidades de emprendurismo que desarrollaron los niños durante el taller. Los resultados muestran que los niños participantes en el subprograma sí adquirieron y aplicaron los conocimientos teóricos de emprendimiento pues fueron capaces de desarrollar el plan de negocio correspondiente a su mini empresa.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.	1
1. Planteamiento del Problema.	1
2. Justificación.....	2
3. Objetivo General.	3
3.1. Objetivos Específicos.	3
4. Preguntas de Investigación.	3
CAPÍTULO I. ASPECTOS TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO.....	6
1.1. Conceptualización del término emprendimiento.	6
1.2. Antecedentes del emprendimiento en la educación.	10
CAPÍTULO II. LA EDUCACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO	15
2.1. Los enfoques de la educación en emprendimiento.	15
2.2. La importancia y el beneficio de la Educación de Emprendimiento desde edad temprana.	16
2.3. Las políticas sobre educación en emprendimiento en el nivel básico.	20
2.4. La educación en emprendimiento en escuelas primarias en México.	26
CAPITULO III. LA FUNDACIÓN EDUCACIÓN SUPERIOR EMPRESA (FESE) Y SU PROGRAMA DE EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO	28
3.1. La Fundación Educación Superior Empresa.	28
3.2. Programas y subprogramas de la Fundación Educación Superior Empresa.	29
3.3. El subprograma: Mi primera empresa: “emprender jugando”.....	31
3.3.1. Beneficios de mi primera empresa: “emprender jugando”.....	33
3.4. Organización y funcionamiento del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.....	37
3.4.1. Estructura operativa y lineamientos.....	37
3.4.2. El proceso de intervención y trabajo del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.....	39
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	43
4.1. Tipo de estudio.....	43
4.2. Participantes en el estudio.	43
4.3. Variables estudiadas.	44
4.4. Instrumentos para obtener la información.	44

4.4.1. El “Cuestionario De Aprendizaje Mi Primera Empresa.....	45
4.4.2. Estructura del plan de negocios.....	45
4.5. Análisis de la información.....	46
CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	49
5.1. Información general.....	49
5.1.1. Participantes del subprograma Mi Primer Empresa: “emprender jugando”	49
5.2. Evaluación del grado de desarrollo y utilización de habilidades de emprendimiento.....	50
5.3. Evaluación de los conocimientos previos de habilidades de emprendimiento. ..	53
5.4. Evaluación de los términos teóricos básicos de emprendurismo.	64
5.5. Evaluación de la estructura del plan de negocios establecido por la FESE.	72
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
6.1. Conclusiones.....	87
6.2. Recomendaciones y Observaciones.	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	93
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valores que promueven la enseñanza en emprendimiento.....	15
Tabla 2. Organización de las unidades de trabajo del subprograma Mi primera empresa: “Emprender jugando”	41
Tabla 3. Participantes del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”	44
Tabla 4. Desarrollo y utilización de habilidades de emprendimiento.....	51
Tabla 5. Conocimientos previos sobre una empresa.....	53
Tabla 6. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Mercadotecnia...	55
Tabla 7. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Producción.....	56
Tabla 8. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Finanzas.....	58
Tabla 9. Trabajar en un departamento de una empresa en el futuro.....	60
Tabla 10. Descubrimiento de nuevas habilidades de emprendurismo.....	62
Tabla 11. Problemas surgidos durante el subprograma y su solución.....	63
Tabla 12. Frecuencias y puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo antes del subprograma.....	65
Tabla 13. Frecuencias y puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo después del subprograma.....	67
Tabla 14. Comparación de puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo antes y después del subprograma.....	69
Tabla 15. Estadísticos de muestras relacionadas.....	71
Tabla 16. Prueba t de la diferencia de dos muestras relacionadas.....	72
Tabla 17. Introducción, resumen ejecutivo y descripción del negocio.....	73
Tabla 18. Ejemplo de acta constitutiva de una mini empresa.....	75
Tabla 19. Estudio administrativo o de organización y estudio de mercado.....	76
Tabla 20. Estudio técnico.....	82
Tabla 21. Estudio financiero.....	84
Tabla 22. Resumen de utilidad de las mini empresas.....	85

ÍNDICE DE FOTOGRAFIAS

Fotografía 1. Producto de la mini empresa, Hotkeada de Tuxtepec S.A. de C.V.....	77
Fotografía 2. Producto de la mini empresa, Los fantásticos S.A. DE C.V.....	78
Fotografía 3. Producto de la mini empresa Tortería Los Ángeles S.A DE C.V.....	78
Fotografía 4. Punto de ventas de la mini empresa Gelatinas y flanes del sureste S.A DE C.V.....	79
Fotografía 5. Punto de ventas de la mini empresa Paletones S.A de C.V.....	79
Fotografía 6. Punto de ventas de la mini empresa Súper Pay de los Pequeños Empresarios S.A. de C.V.....	80
Fotografía 7. Punto de ventas de la mini empresa Los Fantásticos S.A. DE C.V.....	80
Fotografía 8. Punto de ventas de la mini empresa Los Fantásticos S.A. DE C.V.....	81
Fotografía 9. Promoción de la mini empresa Elotes y Esquites La América S.A de C.V.....	81
Fotografía 10. Promoción de la mini empresa Elotes y Esquites La América S.A de C.V.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura Operativa del subprograma Mi primera empresa:	
“Emprender jugando”	37
Figura 2. Participantes del subprograma Mi primera empresa:	
“Emprender jugando”	38
Figura 3. Equipos para el subprograma Mi primera empresa: “Emprender	
jugando”	38
Figura 4. Metodología de enseñanza-aprendizaje del subprograma	
Mi primera empresa: “Emprender jugando”	40
Figura 5. Unidades de trabajo con relación a las áreas y organización	
de la empresa.....	41
Figura 6. Nombres, logos y slogan de las mini empresas.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Grafica 1. Número de participantes al inicio del subprograma Mi primera empresa: “emprender Jugando”	49
Grafica 2. Número de participantes que concluyeron el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”	50
Grafica 3. Capacidades e intereses de los niños participantes.....	60

INTRODUCCIÓN.

Un plan de negocio ayuda a evaluar el buen funcionamiento de una empresa, así como los distintos caminos que se tomen sobre el escenario previsto. Un plan de negocio sirve para brindar información a los usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e instituciones financieras que pudieran brindar en algún momento apoyo financiero a la empresa. El hacer un plan de negocios no es una tarea fácil, ya que implica un gran esfuerzo adicional por parte de los empresarios y muchas horas de trabajo de todo un equipo de personas, pero este esfuerzo podría determinar la diferencia entre el éxito y el fracaso de una iniciativa empresarial y sin lugar a dudas prepara a la empresa para ingresar a competir con mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo. Por lo general, lo complejo que puede ser un plan de negocios es directamente proporcional a la complejidad de la empresa, e inversamente proporcional al conocimiento y experiencia que tenga el empresario de la empresa y de la industria en la que se encuentre.

En la actualidad la elaboración de planes de negocio se está impulsando desde la educación básica con la finalidad de que los alumnos tengan conocimientos básicos para poner en marcha una mini empresa, por tal motivo la presente investigación tuvo como objetivo evaluar la estructura y puesta en marcha de los planes de negocio elaborados por niños de quinto y sexto grado de la Escuela Primaria Rural “Benito Juárez, en el marco del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

1. Planteamiento del problema.

Puesto que el principal objetivo del subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando” es proporcionar a los niños los conocimientos básicos sobre el funcionamiento de una empresa mediante la creación de una mini empresa y desarrollar en los alumnos el hábito de comportamiento emprendedor y una cultura de emprendimiento, cuando se llevó a cabo el desarrollo de dicho subprograma en la Escuela Primaria Rural “Benito Juárez”, se capacitó durante seis meses a los niños de quinto y sexto grado con conocimientos teóricos y prácticos para desarrollar un

plan de negocios, formar y poner en marcha una mini empresa infantil. Sin embargo se consideró necesario e importante conocer y evaluar el grado o nivel de apropiación y aplicación de los conocimientos teóricos que los niños emplearon en la elaboración del plan de negocios, todo lo anterior con la finalidad de conocer en el caso concreto de la escuela primaria participante cómo impactó el subprograma en los niños que participaron en el proyecto. Para ello se requirió analizar y evaluar la estructura de los planes de negocios elaborados por los niños y determinar si se cumplió con los elementos básicos y los objetivos que propone la Fundación Educación Superior Empresa (FESE) para este subprograma.

2. Justificación.

Se consideró de gran importancia llevar a cabo la presente investigación por las siguientes cinco razones:

1. Era necesario conocer y comprobar si los niños que participaron en el subprograma se apropiaron de conocimientos teóricos básicos de emprendimiento infantil.
2. Mediante el estudio se podría conocer si los niños participantes del subprograma fueron capaces de poner en práctica los conocimientos teóricos en la elaboración de un plan de negocios en una mini empresa infantil.
3. Los resultados obtenidos en el estudio permitirán conocer la medida en que los niños participantes del subprograma desarrollaron habilidades de emprendimiento infantil.
4. A petición del responsable (director) de la escuela primaria, fue necesario evaluar los resultados del subprograma y emitir un informe escrito.
5. Los resultados obtenidos de la investigación permitirán generar y aportar conocimientos sobre el tema de emprendimiento infantil en escuelas de nivel básico, tema escasamente estudiado.

3. Objetivo General.

El objetivo general que se planteó y que dirigió al proceso de investigación de esta tesis fue el siguiente:

Evaluar la estructura y puesta en marcha de los planes de negocio elaborados por niños de quinto y sexto grado en la Escuela Primaria Rural Benito Juárez, en el marco del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

3.1. Objetivos Específicos.

Para alcanzar el objetivo general se plantearon tres objetivos específicos mismos que se menciona a continuación:

1. Evaluar la estructura del plan de negocio desarrollado por los niños participantes del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, según los requisitos que establece la Fundación Educación Superior Empresa (FESE).
2. Conocer si los niños participantes del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, pueden adquirir conocimientos teóricos de emprendimiento infantil en edades tempranas.
3. Determinar las habilidades de emprendimiento que adquirieron los niños participantes del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

4. Preguntas de Investigación.

Para lograr el objetivo de este trabajo se plantearon tres preguntas de investigación a las cuales se les dio respuesta al término de la investigación.

1. ¿Pueden aplicar los niños conocimientos teóricos de emprendimiento infantil en el diseño de un plan de negocio?
2. ¿Son los niños capaces de adquirir conocimientos teóricos sobre temas de emprendimiento a edades tempranas?
3. ¿Cuáles son las habilidades de emprendimiento infantil que más adquirieron los niños durante el desarrollo del subprograma?

El presente trabajo está integrado por seis capítulos, los cuales abordan las siguientes temáticas:

En el primer capítulo se presenta la conceptualización del término emprendimiento desde la óptica de diferentes autores y de igual manera se presentan las características del emprendimiento y se concluye con una breve descripción de los antecedentes del emprendimiento en la educación.

El segundo capítulo se conforma por cuatro apartados siendo estos los enfoques de la educación en emprendimiento, la importancia y el beneficio de la educación en emprendimiento desde edad temprana, las políticas sobre educación en emprendimiento en el nivel básico y, la educación en emprendimiento en escuelas primarias en México.

El tercer capítulo presenta una breve historia de la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), así como sus objetivos, misión, visión y los programas que este organismo desarrolla, y se explica en qué consiste el subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”, sus beneficios, organización, funcionamiento, proceso de intervención y forma de trabajo del citado subprograma.

En el cuarto capítulo se describe la forma en que se realizó la investigación, el tipo de estudio que se desarrolló, los instrumentos empleados para la recopilación de información, las variables estudiadas y, finalmente la descripción de la organización, análisis e interpretación de la información.

En el quinto capítulo se presentan los resultados encontrados en la investigación a partir del análisis e interpretación efectuada a la información del cuestionario proporcionado por la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), la estructura del plan de negocios y algunas fotografías obtenidas, mismas que sirvieron para sustentar algunos resultados.

En el sexto capítulo se presentan las conclusiones más relevantes que se obtuvieron respondiendo a las preguntas de investigación planteadas al inicio de la investigación, de igual forma se hacen algunas recomendaciones para mejorar algunos aspectos del desarrollo del subprograma, basadas en los principales hallazgos de la investigación.

CAPÍTULO I

ASPECTOS TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se aborda la conceptualización del término emprendimiento desde la óptica de diferentes autores, de igual manera se presentan las características del emprendimiento y se concluye con una breve descripción de los antecedentes del emprendimiento en la educación.

1.1. Conceptualización del término emprendimiento.

Desde el ámbito empresarial existen diversas fuentes que definen el término emprendimiento, no obstante, se reconoce que poco a poco se ha ido integrando y cobrando relevancia en el ámbito social. Emprendimiento puede considerarse un término polisémico y huido pues se suele utilizar como sinónimo para referirse al *entrepreneurship*¹, espíritu empresarial, cultura emprendedora, entre otras. Por lo anterior, resulta importante abordar lo que se entiende por emprendimiento dado que en esa medida se establecerán los objetivos y el alcance de aquellos programas de educación que se pretendan establecer en cualquier nivel educativo (Damián, 2013).

El término emprender ha cambiado a través del tiempo, en un principio derivó del vocablo latino *prenderé* mismo que puede traducirse como “acometer” e “intentar”, expresiones utilizadas para referirse a los pioneros que decidían correr riesgos o lanzarse a una aventura; tiempo después los economistas lo asociaron con la innovación constante y, actualmente, desde el enfoque administrativo o empresarial alude a quien evalúa tanto el riesgo como los beneficios y responde positivamente a los cambios con nuevas ideas y formas de hacer las cosas (González, 2005). No obstante, desde la visión ontológica el emprendimiento es inherente a la esencia del ser humano, pues está presente en cada una de las acciones que éste desarrolla para buscar la transformación y mejorar sus condiciones de vida; sin embargo, al igual que muchos otros atributos humanos es necesario que el emprendimiento sea afianzado a través de la educación; Dehter

¹El *entrepreneurship*, conocido por su expresión castellanizada “emprendedurismo”, es la actividad que busca transformar ideas innovadoras de negocio en ganancias económicas.

(2001:5) afirma que “nacemos emprendedores, pero la educación puede facilitarnos el proceso de materializar nuestras buenas ideas en todos los campos de nuestra actividad intelectual y profesional en tanto nos hace mejorar nuestras actividades y aptitudes para emprender”.

Para Valls et al (2009), el emprendimiento es “la capacidad de iniciar, crear y poner en marcha un proyecto a través de la identificación de ideas y oportunidades, analizando los factores exógenos (económicos, sociales, ambientales y políticos), así como los endógenos (capacidad de disponer de personas así como de recursos físicos y financieros)”. Selamé (1999:179), dice que el emprendimiento es:

[...] el conjunto de actitudes y conductas que darían lugar a un perfil personal ligado a aspectos básicos como el manejo del riesgo, la creatividad, la capacidad de innovación, la autoconfianza y a un determinado tipo de acción, denominado acción emprendedora. Se trata de una acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un determinado fin. Se asocia con la creación de algo nuevo y de un nuevo valor, producto, bien o servicio que anterior a la acción no existía y que es capaz de aportar algo nuevo.

Ser una persona emprendedora alude a ejercer el liderazgo en un proyecto, por lo tanto no se trata de llevar a cabo un encargo de un departamento ni la mera gestión de un proyecto. La persona emprendedora puede serlo individual o puede formar parte de un grupo con o sin estructura. Además, esta persona toma las decisiones, se compromete y se responsabiliza para que la iniciativa sea sostenible y se mantenga a lo largo del tiempo. El proceso del emprendimiento no es claro ni predecible. El destino de cualquier proyecto que empieza es difícil o imposible de determinar, a veces fracasan iniciativas que al principio se creía que serían exitosas y viceversa. Por este motivo, el proceso de emprendimiento puede parecer caótico, complicado y desordenado a la vez que resulta difícil comprenderlo, apoyarlo o influir sobre el mismo.

Las características del emprendimiento son aspectos independientes a las motivaciones que dan lugar a este tipo de iniciativas, al lugar donde éstas se llevan a cabo, al tipo de proyectos que se realizan, etc. En la mayoría de los casos, están

muy relacionadas con el perfil de las personas emprendedoras. A esta persona se le asocian actitudes y comportamientos ligados a la creatividad, el compromiso, la visión de futuro y la autoconfianza. De hecho, algunas de sus cualidades son valores inherentes al emprendimiento y están presentes en cualquier ámbito en el que éste se produce. A continuación se enumeran algunas características más importantes del emprendimiento:

1. *Iniciativa*: Persona emprendedora o el grupo de personas que pone en marcha un nuevo proyecto.
2. *Creatividad e innovación*: Mediante el emprendimiento hay capacidad de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente. De esta forma se genera impacto en las personas que participan en este tipo de acciones y en su comunidad.
3. *Compromiso*: Implica la responsabilidad sobre el proyecto que se desempeña. Se trata de un vínculo que acostumbra a ser fuerte y que está generado en buena parte por las motivaciones que dan lugar al emprendimiento.
4. *Liderazgo*: Se ejerce habitualmente por la persona o el grupo emprendedor. Implica la creación de un sentimiento de pertenencia a un grupo haciendo que como equipo todas las personas trabajen por un mismo objetivo. Destaca la capacidad de liderar el proyecto, de guiar hacia el éxito a las personas colaboradoras y de involucrarlas al máximo en la iniciativa.
5. *Visión de futuro*: A partir de la experiencia propia de emprendimiento se es capaz de ver más allá del propio proyecto que se está desarrollando. Se sabe que se forma parte de un marco más amplio en el que el propio entorno y la convivencia con otras realidades y proyectos dan lugar al planteamiento de nuevos retos y actividades.

6. *Autoconfianza*: La persona o grupo que emprende reconoce como propios los valores, conocimientos, emociones y aptitudes que tiene. Este hecho le da, a la vez, poder, confianza y tranquilidad para actuar y alcanzar desafíos.
7. *Capacidad de asumir riesgos*: En el emprendimiento se toman decisiones arriesgadas y se asume la responsabilidad de hacer frente a sus consecuencias.
8. *Tenacidad*: Las personas intentan por todos los medios que las iniciativas funcionen y, si se fracasa, muchas veces se pone nuevamente en marcha la creatividad para buscar nuevas fórmulas para que el emprendimiento tenga éxito.
9. *Pensamiento positivo*: Las personas emprendedoras son capaces de generar un ambiente positivo a su alrededor y este entorno es favorable para alcanzar las metas marcadas.

Cabe aclarar que el término emprendimiento generalmente se considera como sinónimo de espíritu empresarial por lo que es necesario definirlo e identificar los elementos que ambos términos comparten. El espíritu empresarial es pluridimensional y puede estar presente en diferentes contextos económicos y en cualquier tipo de organización, tal como se cita en el Libro verde (CEE, 2003), el espíritu empresarial es sobre todo una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad del individuo, independiente o dentro de una organización, a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico. Hace que la creatividad o la innovación se introduzcan en un mercado ya existente y compitan en él y lo cambien, o den lugar, incluso, a la creación de nuevos mercados. Para que una idea empresarial sea un éxito es necesaria una capacidad de combinar la creatividad o la innovación con una gestión sólida y de adaptar el negocio de modo que su desarrollo se vea optimizado durante todas las fases de su ciclo de vida.

Desde el punto de vista de los empresarios, el espíritu empresarial forma parte del estilo de las personas, sus lecciones y sus acciones al crear, adquirir y poner en funcionamiento una empresa, o de su manera de participar en el proceso de toma de decisiones estratégicas de una empresa. Los empresarios forman un grupo heterogéneo y proceden de todas las profesiones y condiciones sociales. No obstante, existen ciertas características que definen el comportamiento empresarial entre las que se incluyen una predisposición a asumir riesgos y una atracción por la independencia y la realización. La aplicación del espíritu empresarial puede localizarse en cualquier sector y tipo de negocio, lo poseen los trabajadores por cuenta propia y las empresas de cualquier tamaño en las diferentes etapas de su ciclo de vida, desde antes de su creación a la fase de crecimiento, traspaso o cierre y nueva puesta en marcha.

En resumen el espíritu empresarial para la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE,2003:7), es “la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente”; para otros consiste en “la habilidad de un individuo para convertir ideas en actos; incluye la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como la habilidad para planificar y gestionar proyectos destinados a lograr objetivos” (CE, 2009:10). Resulta evidente entonces que emprendimiento y espíritu empresarial definen la misma acción, pues comparten elementos comunes tales como la creatividad, la innovación, el asumir riesgos, entre otros elementos, dirigidos a la creación y gestión de proyectos productivos, para el desarrollo de este trabajo utilizaremos la definición de emprendurismo.

1.2. Antecedentes del emprendimiento en la educación.

Desde principios del año 2000, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) recomendó a los países miembros efectuar acciones tendientes a la incorporación de temas de emprendimiento en todos los niveles educativos. En el caso de México estas recomendaciones se han tomado en cuenta a partir de la educación media superior hasta la superior, sobre todo, en bachilleratos y programas

universitarios de corte tecnológico y de áreas económico administrativas (Damián 2013; Romero, 2013). Sin embargo, en la educación preescolar, primaria y secundaria no se cuenta a la fecha con propuestas, decretos o leyes que consideren la inclusión de la enseñanza del emprendimiento en el currículum como sucede en una gran cantidad de países europeos pertenecientes a la OCDE, por lo que se puede afirmar que no existe mucha información en la temática (CCE, 2003; CE, 2004).

No obstante, en México se está empezando a reconocer la importancia de incorporar la Educación en Emprendimiento (EE) en el nivel básico, ejemplo de lo anterior es el esfuerzo coordinado entre la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) y la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), organismos que en el marco del Programa de Fomento a la Actitud Emprendedora están desarrollando el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, con estudiantes que cursan el quinto y sexto grado de educación primaria en todo el país.²

En cuanto a la educación en emprendimiento no existe una definición única o concreta, pero el informe realizado por la Iniciativa Global de Educación (*Global Education Initiative*, GEI) del Foro Económico Mundial (*World Economic Forum*, WEF) presentó el siguiente informe:

... mientras que la educación es una de las bases más importantes para el desarrollo económico, el emprendimiento es un motor importante para la innovación y el crecimiento económico. La educación emprendedora juega un papel fundamental en la formación de actitudes, habilidades y cultura desde la educación primaria hasta el final de los estudios... Creemos que las habilidades, actitudes y comportamiento de emprendedores se pueden llegar a aprender, y que la exposición a la formación emprendedora a lo largo de la vida de aprendizaje del individuo, comenzando desde la juventud pasando por la edad adulta hasta la educación superior –además de llegar a aquellos que están excluidos económica y socialmente- es imprescindible (p.7-8).

² La FESE desarrolla el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, diseñado para apoyar a la comunidad estudiantil de educación básica a concebir una idea emprendedora y ponerla en marcha; dicho programa y su funcionamiento se describen más ampliamente en el capítulo tres de esta tesis.

El *Global Entrepreneurship Monitor* define la educación en emprendimiento como:

[...] la disciplina que engloba los conocimientos y habilidades “sobre” o “con el fin de que” el emprendimiento, en general, sea reconocido como parte de los programas educativos correspondientes a las enseñanzas primaria, secundaria o terciaria en las instituciones educativas oficiales de cualquier país (Conduras et al., 2010:13).

Para Gibb (2005), la educación en emprendimiento es el conjunto de acciones que requieren una mayor integración del conocimiento de varias disciplinas, además de mayores oportunidades de espacios de aprendizaje a través de la experiencia que permitan evaluar conocimientos específicos en la práctica, con mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo, pues el proceso de fortalecimiento se da desde la praxis y desde la necesidad de articular cuidadosamente los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea.

Así, se entiende que la enseñanza del emprendimiento se debe introducir en los sistemas educativos desde el principio como un nuevo enfoque de la formación y como competencia básica; en algunos niveles se puede considerar como un aspecto transversal y horizontal y atendido con una metodología de educación acorde con los objetivos que se pretendan lograr y, en otros debe establecerse como una asignatura concreta (CC-MEYC, 2007), si bien es cierto dentro de la educación tiene que estar siempre presente el fomento de las cualidades personales que constituyen la base del espíritu emprendedor, a saber: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia o autonomía en el trabajo. Este tipo de actitudes se pueden impulsar desde la enseñanza temprana (primaria) y tienen que superar a la mera absorción de conocimientos, siendo un aprendizaje activo.

La educación en emprendimiento no se limita a fomentar la creación de más empresas nuevas e innovadoras, ni a que se creen más empleos, más bien, se constituye en un factor clave para todos, pues contribuye a que la juventud pueda llegar a ser más creativa, a tener más confianza en lo que hace y en todo lo que

emprende (CE, 2009). Si considera a la EE como una herramienta para promover el crecimiento económico, la creatividad y la innovación en los individuos, razón por la cual resulta de gran importancia que las escuelas asuman su enseñanza de manera intencional e integral con el objetivo de que los niños desarrollen conocimientos, actitudes, valores y comportamientos de emprendimiento que los lleven a convertirse en adultos que administren los recursos propios y ajenos con sabiduría y responsabilidad.

Cabe aclarar que la educación en emprendimiento no debe confundirse con la educación financiera³ o con los estudios generales empresariales, el objetivo de la EE es promover la creatividad, la innovación y el empleo por cuenta propia. Actualmente todos los programas de emprendimiento se están diseñando según los lineamientos establecidos en el Foro de Niza sobre formación en el espíritu empresarial, llevado a cabo en octubre de 2000 donde se establecieron los cuatro objetivos básicos de la EE, especialmente en escuelas de nivel primaria y secundaria, mismos que se enlistan a continuación (CE, 2004:7):

- 1) Fomentar cada vez más la capacidad de los escolares y estudiantes de resolver problemas, es decir, mejorar su capacidad para planificar, tomar decisiones y comunicarse, así como asumir responsabilidades (competencias de gestión).
- 2) Los escolares y estudiantes deberán ser cada vez más capaces de cooperar, trabajar en red, aprender a asumir nuevos papeles, entre otros (competencias sociales).

³La OCDE define a la educación financiera como “el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (OECD, 2005:13) y, la *Financial Service Authority* la define como el “desarrollo de la capacidad para administrar tu dinero, dar seguimiento a tus finanzas, planear para el futuro, elegir productos financieros y mantenerte informado sobre asuntos financieros” (FSA, 2009). En algunas situaciones los conceptos de educación financiera y educación en emprendimiento se superponen, por ejemplo, cuando se imparten a los alumnos de educación primaria conocimientos básicos sobre el funcionamiento de la economía y la importancia de las funciones de las empresas (Huchín y Damián, 2011).

3) A lo largo de su educación, los escolares y estudiantes deberán desarrollar la confianza en sí mismos y la motivación por actuar, aprender a pensar de un modo crítico e independiente y, en particular, adquirir la voluntad y la capacidad de aprender de forma autónoma (competencias personales).

4) Los escolares y estudiantes deberán adquirir un afán de creatividad, pro actividad e iniciativa personal, así como estar preparados para enfrentarse a riesgos al ejecutar sus ideas (competencias empresariales), por lo cual la educación en emprendimiento busca desarrollar las habilidades y actitudes emprendedoras desde contexto escolar.

Como se ha mencionado en este capítulo, la educación en emprendimiento y en particular en las escuelas de nivel básico es un tema poco conocido en México, razón por la cual en esta tesis se generó el interés por llevar a cabo una investigación acerca del emprendimiento a temprana edad y sus beneficios y también debido al gran abanico de posibilidades de investigación que la temática está empezando a ofrecer en nuestro país. En el siguiente capítulo se aborda más ampliamente el tema de la educación en emprendimiento.

CAPÍTULO II

LA EDUCACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO

Este capítulo está integrado por cuatro apartados: los enfoques de la educación en emprendimiento, la importancia y el beneficio de la educación en emprendimiento desde edad temprana, las políticas sobre educación en emprendimiento en el nivel básico y, la educación en emprendimiento en escuelas primarias en México.

2.1. Los enfoques de la educación en emprendimiento.

El análisis de las definiciones sobre emprendimiento o espíritu emprendedor permite identificar según Damián (2013), a dos grandes enfoques de la educación en emprendimiento (EE), el primero denominado “utilitarista”, concibe a la EE como el medio a través de la cual se enseña o alude a una formación específica para crear una nueva empresa, por lo que resulta fácil entender las razones que hace que el enfoque sea ampliamente utilizado por las instituciones u organizaciones financieras del sector privado. El segundo enfoque que denomina “social”, asigna a la enseñanza del emprendimiento un objetivo amplio, a saber, el desarrollo de los atributos personales y un conjunto de competencias transversales generales que si bien conforman la base de la mentalidad y el comportamiento empresarial, también les serán de utilidad al individuo en todo aspecto y a lo largo de su vida (tabla 1).

Tabla 1. Valores que promueven la enseñanza en emprendimiento

Valores personales	Descripción
Creatividad:	La facilidad para imaginar nuevas ideas y proyectos, proponer soluciones originales y saber analizar e investigar.
Autonomía:	Desarrollando tareas y actividades sin necesidad de una supervisión inmediata, elegir entre varias opciones y tomar iniciativas y decisiones.
Confianza en uno mismo:	Percibirse de forma positiva, apostar por las propias aptitudes y capacidades y confiar en propios recursos y posibilidades.
Tenacidad:	Constancia y tesón en aquello que se emprende, inscribiendo las propias acciones en la idea de perseverancia y de llegada a término.
Sentido de la responsabilidad:	Tendencia a cumplir las obligaciones contraídas consigo mismo y con el grupo.

Capacidad para asumir riesgo:	Predisposición a actuar con decisión ante situaciones que requieren cierto arrojo por la dificultad que entrañan.
Valores sociales	
Liderazgo:	Implicar a los demás en la realización de proyectos, influir en los otros y contar con sus cualidades personales, conocimientos y habilidades.
Espíritu de equipo:	Capacidad para trabajar en estrecha colaboración con otros, compartiendo objetivos y métodos de actuación.
Solidaridad:	Aceptar y sentirse responsable de las elecciones de los demás.

Fuente: Tomado y adaptado de MICyT-MEyc (2003).

2.2. La importancia y el beneficio de la Educación de Emprendimiento desde edad temprana.

Según Damián (2013), si se toma en cuenta el enfoque amplio del concepto de emprendimiento, se puede afirmar que la EE ofrece a los estudiantes las herramientas adecuadas para pensar de un modo creativo, resolver problemas con eficacia, analizar objetivamente una idea empresarial, comunicar, dirigir y evaluar cualquier proyecto y desarrollar seguridad en sí mismos a la hora de crear su propia empresa si pueden probar sus ideas en un entorno educativo favorable. La educación y capacitación en emprendimiento desde la escuela primaria desempeña un papel clave en el desarrollo de aptitudes y competencias, pues, el saber hacer es necesario para estimular el potencial de innovación de los estudiantes e influye en los procesos de socialización y adaptación a los cambios de los alumnos (Uribe y De Pablo, 2011).

En la educación primaria la enseñanza empresarial se dirigirá a fomentar cualidades personales como la creatividad, el espíritu de iniciativa y la independencia, que contribuirán al desarrollo de una actitud empresarial y que les resultarán útiles en la vida y en cualquier actividad profesional. En los primeros niveles se deberán desarrollar las formas autónomas y activas de aprendizaje; además, esta enseñanza aportará a los niños un conocimiento temprano del mundo

empresarial, facilitará un contacto con él y les ayudará a entender el papel de los empresarios en la comunidad (CE, 2004).

No obstante la importancia de la EE en las escuelas de nivel básico, en términos generales según algunos estudios e investigaciones existe una escasa orientación hacia el emprender en los programas y dinámicas educativas (CC-MEyC, 2007). A modo de ejemplo, a continuación se enuncian algunas de las observaciones realizadas por las personas participantes en los diversos foros sobre el tema de la EE celebrados durante los años 2004 y 2005, particularmente vinculadas a las escuelas de enseñanza primaria (Ibid):

- La escuela promueve algunos valores laborales, pero prácticamente ninguno empresarial, no integrando por lo menos conceptos económicos de un modo específico o transversal⁴. Las causas de este problema son múltiples destacando los de naturaleza estructural (configuración de las disciplinas y del currículo, carencia de materiales didácticos, organización de las escuelas, formación y preparación de los profesores, etc.), lo cual requiere soluciones de carácter integral y estructural que no se limiten a reformas parciales.

- Se constata también una desvinculación con la educación informal (familia, entorno territorial, medios de comunicación), tan importante a la hora de inculcar valores y modelos de referencia. De hecho, la escuela es parte de un ecosistema social mucho más amplio, en el cual la familia y los medios de comunicación desempeñan un papel crucial. Pero hay que tener presente que estos protagonistas pueden suponer un serio inconveniente o una gran oportunidad a la hora de impulsar el espíritu emprendedor en el alumnado.

⁴Como ejemplo se toma un fragmento de la ponencia “La primera lección de economía de los niños japoneses y europeos”, citada por un miembro del foro: La primera lección económica de un niño japonés tiene lugar a los 6 años y, es ésta: *Si quieres comer, tienes que vender*; los niños europeos reciben sus principios económicos a los 10 años como parte de la aritmética, lo que se les enseña es lo siguiente: *La diferencia entre coste de venta de un comerciante y su coste de compra es su beneficio*” (IRDAC 1994).

- Se aprecia la carencia y la necesidad de un enfoque integrado en las diferentes fases del proceso educativo. Es necesario generar una base que permita asimilar un conjunto de elementos relativos a la actitud para poder aplicarlos en el futuro como persona emprendedora, en especial en el conjunto del programa formativo obligatorio. No se pretende que nazcan empresas de la escuela, sino personas con las actitudes necesarias para hacerlas.

- Hay un desconocimiento general de recursos didácticos atractivos e idóneos para facilitar la transmisión de conceptos y contenidos vinculados a la formación en valores que fomenten el espíritu emprendedor.

- En general, el profesorado del nivel básico no está formado para desarrollar los contenidos de la EE. Hay, por tanto, una necesidad de formación específica y de materiales de apoyo metodológico específicos. Si no se involucra al personal docente, si no se le motiva y cualifica, si no se le aportan herramientas de trabajo, poco se podrá hacer para conseguir este propósito.

- A lo anterior se le añade la escasez de vocación y el desconocimiento del mundo empresarial por parte del colectivo docente, así como la falta de acciones de sensibilización acerca de la importancia social y educativa de la inclusión del espíritu emprendedor dentro del currícula.

Por lo antes expuesto, entre los objetivos de la educación tiene que estar siempre presente el fomento de las cualidades personales que constituyen la base del espíritu emprendedor, a saber: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia o autonomía en el trabajo. Este tipo de actitudes se pueden impulsar desde la enseñanza primaria y tienen que superar a la mera absorción de conocimientos, siendo un aprendizaje activo.

La enseñanza en emprendimiento en la educación básica es posible pues Denigri, citado por Sarmiento (2005), identifica tres formas o niveles en los cuales los niños organizan las concepciones económicas según su edad, el primer nivel, de

pensamiento primitivo se divide en dos subniveles: pre- económico (de cuatro a siete años) y económico (de ocho a diez años); el segundo nivel, de pensamiento económico subordinado o concreto (de 11 a 15 años), y el tercer nivel, pensamiento económico independiente o inferencial (adolescentes con alguna formación sobre el tema).

En cuanto a los beneficios por brindar educación en emprendimiento dentro del ciclo básico, diremos que la enseñanza en la escuela alude a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, y otras más específicas vinculadas con desarrollo profesional como empresario(a) y que se apoyan en las primeras. De allí que aplicado a la educación, nos preguntemos: ¿Cuándo transmitir el concepto amplio o extendido del emprendimiento y cuándo el específico o técnico? Algunos estudiosos proponen que en las fases previas de la educación (primaria y secundaria) se debe trabajar el concepto amplio, y también en los primeros años de las enseñanzas media superior, dejando la aproximación específica o técnica de creación de empresas para los últimos cursos de estas enseñanzas (MICYT-MEYC, 2003); otros establecen una gradación en cuanto a la formación del espíritu emprendedor dentro de la escuela de forma tal que desde la primaria se desarrolle, en la secundaria se consolide, en el bachillerato se afiance y en el nivel universitario se aplique o ponga en práctica (CE, 2006).

En lo que coinciden los especialistas es en señalar los beneficios a largo plazo, pues afirman que en la medida en que los niños reciban EE en etapas tempranas se estarán sentando las bases para que a medida que crecen aprendan, reconozcan y aprovechen las diversas formas de generar empleos, se entrenan para identificar buenas y rentables oportunidades de negocios en lugar de depender de un empleo en una empresa; es decir desarrollarían las habilidades de ser emprendedores contribuyendo a mejorar sus condiciones de vida (FESE, 2011). Esto concuerda con los resultados obtenidos por la *British Household Survey* en el sentido de que hay una mayor probabilidad de plantearse la creación de una empresa entre

quienes han estado en contacto con la iniciativa de emprendimiento a través de amigos, familiares o mediante la educación (CCE, 2003). A la fecha no hay estudios transversales, que muestre el impacto a largo plazo de la educación de emprendimiento infantil y en la formación de ciudadanos con alto espíritu empresariales por lo que existe una necesidad de hondar en esta temática.

2.3. Las políticas sobre educación en emprendimiento en el nivel básico.

Según Pérez (2010), la mayoría de las acciones que actualmente están llevando a cabo muchos países para incluir la enseñanza del emprendimiento en todas las etapas de la educación son producto de las recomendaciones efectuadas por La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Como parte de los resultados de su conferencia ministerial celebrada en el año 2000 sobre “Fomento de la competitividad de las PyME en la economía global: estrategias y políticas”, se elaboró la Carta de Bolonia de políticas de pequeñas y medianas empresas (PyME), misma que recomendó que la capacidad de este tipo de empresas para gestionar la innovación podría mejorarse mediante dos vías: a través de la difusión de una cultura de la innovación y por la diseminación de información tecnológica y de mercado, para lo cual era necesario crear y establecer vínculos entre el mundo empresarial y los sistemas de educación. Lo anterior avizoraba de alguna manera la importancia de la participación de los diversos actores de la educación para fomentar el emprendimiento.

Para junio del año 2004 otra conferencia ministerial de la OCDE sobre “Fomento del espíritu empresarial y de las PyME Innovadoras en la economía global”, examinó la forma de promover dicho espíritu como fuerza de innovación así como los efectos de la globalización sobre las PyME y su capacidad para competir mundialmente. El documento obtenido de esta conferencia llamada Declaración Ministerial de Estambul sobre fomento del crecimiento de la PyME innovadora e internacionalmente competitiva, propuso el desarrollo de una cultura que favoreciera el espíritu empresarial y reconociera el éxito y la integración del espíritu emprendedor en todos los niveles del sistema de educación formal para facilitar este desarrollo.

Ante todo lo anterior resulta fácil entender las razones por las cuales los gobiernos de los países miembros de la OCDE están fomentando que la educación en emprendimiento forme parte obligatoria en todos los niveles educativos y, bajo este contexto, las autoridades nacionales y regionales deben estudiar de qué manera puede incluirse la educación en emprendimiento en los planes de estudios.

Actualmente dentro de las políticas educativas de varios países existen diversos programas y estrategias para impulsar la educación en emprendimiento desde los primeros grados del nivel básico. En este trabajo se mencionarán sólo algunos casos que ilustran el fuerte impulso que se está otorgando a la EE en los primeros niveles de algunos sistemas educativos. En Estados Unidos, a raíz de *The Goals 2000 Educate America Act* firmada en marzo de 1994, casi todos los estados de dicho país han adoptado normas de contenido en temas económicos y de emprendimiento que se imparten a los niños desde el kínder. Uno de los ocho objetivos de este programa señala que:

[...] todos los estudiantes al terminar los grados 4, 8, y 12 deben demostrar conocimientos y amplios dominios de competencia en matemáticas, ciencias, economía, artes, historia y geografía y, que cada escuela debe asegurarse de que los estudiantes aprenden a usar sus mentes y que están preparados para ejercer una ciudadanía responsable y desarrollar un empleo productivo en la economía moderna del país [lo que lleva implícito el espíritu de emprendimiento] (Paris, 1994:22-25).

Para lograr lo anterior se ofrecen recursos a los estados y a las comunidades a fin de asegurar que todos los estudiantes alcancen su máximo potencial. De igual manera el *National Council on Economic Education* en colaboración con otros sectores educativos y económicos interesados, han desarrollado estándares y contenidos temáticos de la educación financiera y el emprendimiento que se abordan en todos los niveles que comprenden el k-12 (*Kindergarden-Twelfth grade*), lo que incluye a los alumnos desde los 4 a los 19 años (NCEE 1997, 2005). Dichas normas constan de principios esenciales que los estudiantes deben entender y se acompañan de una justificación de su inclusión y proporcionan ejemplos de las diversas actividades que los profesores pueden llevar a cabo en el desarrollo de los

temas económicos y de emprendimiento en el aula (Rodgers, Hawthorne y Wheeler, 2007; NCEE, 2010).

En el caso de Europa fue hasta el año 2006 como resultado de un documento emitido por la Comisión Europea (CE) denominado La Agenda de Oslo de 2007, donde se dejan patente numerosas propuestas para la EE en todos los niveles educativos, por ello dicha Agenda se ha convertido en un referente obligado para los estudiosos de la enseñanza del emprendimiento en las escuelas. De todos los países que integran la Unión Europea los resultados de diversos estudios y evaluaciones dan cuenta de que España es el país más activo en la inclusión de la iniciativa emprendedora en su legislación, pues todas las comunidades autónomas del país señalan que la EE debe impartirse en las aulas de las escuelas sin importar el nivel educativo; además ha desarrollado buenas prácticas dignas de ser transferidas a otros países (CCE, 2003; CE, 2004, 2009; Pérez, 2010). Actualmente en Europa existe un fuerte equipo de trabajo integrado por la Comisión Europea y un grupo de expertos en el tema que desarrollan, examinan y documentan las mejores prácticas de educación en emprendimiento en todos los países miembros de la Unión Europea, asimismo, realizan encuestas periódicas para determinar si los alumnos están sacando provecho de la educación en emprendimiento (Damián 2013).

Entre los objetivos del fomento del espíritu emprendedor en la política europea, la Unión Europea (UE) está adoptando medidas radicales para convertir a Europa en un lugar más atractivo para la actividad empresarial; se necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales. Para alcanzar estos objetivos todas las propuestas realizadas desde el ámbito europeo en torno a la educación y la formación recogen la importancia de incluir dentro del grupo de competencias básicas (leer, escribir y aritmética elemental) cinco nuevas cualificaciones, a saber: tecnologías de la información, idiomas extranjeros, cultura tecnológica, espíritu emprendedor y habilidades para la socialización. A modo de ejemplo a continuación

se describen brevemente algunas propuestas sobre educación en emprendimiento que se están llevando a cabo en los países que integran a la UE.

En el Consejo Europeo de Lisboa (2000), la UE identificó cinco nuevas competencias básicas para afrontar una economía basada en el conocimiento, citadas anteriormente, una de las cuales es el espíritu emprendedor.

Consecutivamente, en el Consejo Europeo de Estocolmo (2001), se adoptaron tres objetivos estratégicos para la mejora de la calidad, el acceso y la apertura de los sistemas de educación y formación en un mundo más global. Entre dichos objetivos se concretaron trece objetivos específicos, a lo largo de los cuales se destaca la necesidad del desarrollo del espíritu de empresa.

Durante el Consejo Europeo de Barcelona (2002), se aprobó el programa de trabajo “Educación y Formación 2010”, a través del cual se desarrollan los principios y las nuevas competencias propuestas en Lisboa. Se proclama que el espíritu emprendedor debe aprenderse por medio de los sistemas de educación y formación para facilitar la puesta en marcha y la gestión de nuevos negocios.

Más tarde, en noviembre del año 2002 se publica el informe final del Grupo de Expertos “Procedimiento Best⁵” para el proyecto de educación y formación para el espíritu emprendedor de la Dirección General de la Empresa de la Comisión Europea.

En enero del año 2003 se hace público el “Libro Verde para el fomento del espíritu emprendedor en Europa”, y se abre un período de observaciones y debate público a lo largo de todo el año, recogido en el Documento de Síntesis de octubre de ese mismo año.

Como consecuencia de este proceso en febrero del año 2004 se aprueba “El programa europeo en favor del espíritu empresarial”. A lo largo de ese año se publican también dentro de la serie Best, el Informe “Promoción del espíritu

⁵Los informes Best describen los proyectos del llamado “Procedimiento Best” cuyo propósito es el de identificar las mejores prácticas entre las acciones emprendidas por las administraciones nacionales y regionales en los ámbitos que resultan de especial interés para las pequeñas y medianas empresas.

empresarial en la mujer” y “Educación y Formación en el espíritu empresarial: Desarrollar el impulso de las actitudes y capacidades empresariales en la educación primaria y secundaria”. En todos ellos se destaca el papel clave de la educación y la formación para el fomento del espíritu emprendedor.

En noviembre del año 2004 y dentro de los trabajos de seguimiento del programa “Educación y Formación 2010”, se forma un subgrupo de expertos invitados por la Dirección General de Educación y Cultura y la Dirección General de la Empresa de la Comisión Europea, cuyos trabajos se recogen en el documento “Educación y aprendizaje del espíritu emprendedor”, que incluye un conjunto de recomendaciones y posibles medidas políticas. Adicionalmente, a lo largo del año 2005 en diferentes ámbitos y documentos de la UE se vuelve a poner de manifiesto el interés por el desarrollo del espíritu emprendedor.

Otros documentos en los que se pone de manifiesto el interés por el fomento del espíritu emprendedor a lo largo del año 2005 fueron los siguientes:

- El Pacto Europeo por la Juventud, de marzo del año 2005 que en su Anexo I cita “animar a los jóvenes a que desarrollen el espíritu emprendedor y favorecer la aparición de jóvenes empresarios”.
- La propuesta de abril del año 2005 sobre el Programa Marco para la Innovación y la Competitividad (2007-2013) que, entre sus objetivos señala el apoyo y el fomento de la iniciativa empresarial y la cultura de la innovación.
- El informe Best “Mini compañías en Educación Secundaria”, de septiembre del año 2005, recoge buenas prácticas de fomento del espíritu emprendedor en la escuela de diferentes regiones europeas.
- El más reciente, “Recomendación del Parlamento Europeo y el Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente”, de noviembre del año 2005, que retoma la necesidad de incluir nuevas competencias básicas entre las que se encuentra el espíritu emprendedor.

La información anterior y la revisión de la bibliografía o literatura sobre el impulso del emprendurismo desde la educación, muestra que en Europa hay importantes avances en la materia, sin embargo en América Latina existe un rezago en relación con el fomento del emprendimiento en la educación básica;⁶ no obstante, hay evidencia de que el tema empieza a permear las políticas educativas de algunos países como Colombia, Perú, Argentina y México (Uribe y De Pablo, 2011; Aflatoun, 2009). En Perú, la Dirección Regional de Educación de Lima Metropolitana (DRELM), en coordinación con la Administradora de Fondos de Pensiones (AFP), acordaron en 2008 llevar a cabo un programa de educación social y financiera denominado “Emprendiendo”, cuya finalidad fue enseñar a los alumnos de primero y segundo de secundaria el desarrollo de habilidades empresariales para mejorar significativamente su vida como adultos; además, el programa pretendía generar una cultura de ahorro y previsión desde la niñez, al igual que propiciar un empoderamiento social enfocado en los derechos de los niños.⁷

(Damián 2013), dice que en México, si bien es cierto que se habla de impulsar la educación en emprendimiento desde el nivel básico, existe un vacío y son muy escasos los esfuerzos que se han hecho para evaluar y atender la situación que prevalece sobre este tema en los niños de dicho nivel educativo. No obstante, resulta de interés que organismos de gran importancia nacional estén dirigiendo su atención a esta temática emergente en la investigación educativa pues la convocatoria emitida por la Subsecretaría de Educación Básica (SEB) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en el año 2009 solicitó, por primera vez dentro de sus demandas específicas, desarrollar proyectos de investigación en educación

⁶ En México la enseñanza del emprendimiento generalmente se hace a partir del nivel bachillerato, así la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial (DGETI), a través de asignaturas como Desarrollo motivacional que se imparte en los Centros de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios (CBTIS) y los Centros de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios (CETIS), abordan temas de emprendimiento y su importancia. Es en el ámbito de la educación universitaria en donde abundan las instituciones que incluyen el emprendimiento en sus programas educativos o bien su modelo educativo está basado en el emprendimiento como es el caso del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Damián, 2013).

⁷Guillermo García Samané, titular de la DRELM firmó un convenio con la APF donde esta última se comprometió a elaborar y editar las guías y libros de texto del programa que servirán como apoyo didáctico así como a proporcionar capacitación a los docentes sobre el programa “Emprendiendo”, cuya finalidad es desarrollar habilidades empresariales en los niños.

financiera y económica en el nivel básico, mismos que si bien no son parte específica de la temática de emprendimiento sientan un precedente para su abordaje.

2.4. La educación en emprendimiento en escuelas primarias en México.

En nuestro país el único programa formal para desarrollar contenidos de educación en emprendimiento en escuelas primarias está siendo impulsado y financiado por la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), en coordinación con la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) a través del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, para niños que cursan el quinto y sexto grado de educación primaria cuyos objetivos centrales son desarrollar:

1. Los conocimientos básicos relacionados con el desarrollo del potencial emprendedor de los niños
2. La comprensión de su entorno social
3. La planeación de una empresa en un proceso lúdico
4. La gestión de una empresa infantil acorde con su nivel de maduración y desarrollo intelectual.

El subprograma busca “generar en la población infantil de educación básica una nueva forma de pensar y actuar, reconociendo en sí mismos los comportamientos y valores emprendedores, así como la sensibilización hacia los principios de una cultura empresarial innovadora” (FESE 2011:3). Sobre la base del referente teórico que se ha presentado se puede concluir que la educación en emprendimiento en el nivel básico es un tema que está despertando el interés de los responsables de la planeación educativa de nuestro país y, por ende, comenzará a llenar el vacío del estado de conocimiento sobre esta temática emergente de investigación en México.

Se puede llegar a la conclusión que es importante la EE, ya que brindará a los estudiantes las herramientas apropiadas para que puedan pensar de un modo creativo, resolver problemas con eficacia, analizar objetivamente una idea

empresarial, comunicar, dirigir y evaluar cualquier proyecto y desarrollar seguridad en sí mismos a la hora de crear su propia y, se puede decir que la educación y capacitación en emprendimiento desde la escuela primaria desempeña un papel clave en el desarrollo de aptitudes y competencias. Cabe aclarar que existe múltiples programas orientadas a fomentar el emprendurismo pero desde la iniciativa privada mas no desde la iniciativa pública o gubernamental, por lo cual como se describió anteriormente, en el país el único programa público que desarrolla contenidos de educación en emprendimiento en escuelas primarias está siendo impulsado y financiado por la Fundación Educación Superior Empresa, por lo que dicho organismo y el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando” se describen detalladamente en el siguiente capítulo.

CAPITULO III

LA FUNDACIÓN EDUCACIÓN SUPERIOR EMPRESA (FESE) Y SU PROGRAMA DE EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

En este capítulo se presenta una breve historia de la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), así como sus objetivos, misión, visión y los programas que este organismo desarrolla. De manera específica y por ser el objeto de estudio en esta tesis, se presenta y explica en qué consiste el subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”, sus beneficios, organización, funcionamiento, proceso de intervención y forma de trabajo del citado subprograma.

3.1. La Fundación Educación Superior Empresa.

La FESE es una asociación civil sin fines de lucro que unifica los esfuerzos entre universidad-sector productivo-gobierno, con un criterio de beneficio para todos, lo que conlleva a utilizar óptimamente los conocimientos de la universidad, los recursos económicos que aporta el gobierno para la vinculación y la participación responsable del sector productivo. Sus orígenes se remontan al año 2007 cuando la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) llevó a cabo un estudio para diagnosticar la situación específica de la vinculación, cuyo resultado arrojó la necesidad de contar con un organismo intermedio que facilitara y articulara las acciones que sobre este tema llevan a cabo las Instituciones de Educación Superior (IES), el gobierno y el sector empresarial; como respuesta a esta necesidad la ANUIES gestionó ante el Congreso de la Unión la creación de una fundación que apoyara en estos aspectos extendiendo desde el interior de las IES las posibilidades, alcances y retos de este organismo intermedio que fue constituido como una Asociación Civil en diciembre de 2008. El objetivo, la misión y la visión de la FESE se describen a continuación.

a). Objetivo de la Fundación Educación Superior Empresa.

Su objetivo principal es propiciar la interrelación entre los sectores educativo, productivo y gubernamental a través de programas, proyectos y servicios que

impulsen el desarrollo del sector productivo, fortalezca la formación profesional y favorezca la empleabilidad de los egresados (FESE, 2010).

b). Misión de la Fundación Educación Superior Empresa.

La FESE es una organización nacional que promueve, gestiona y articula a través del trabajo colaborativo de los sectores educativo, productivo y gubernamental, la vinculación de la oferta de la educación superior con la demanda actual y futura del sector económico-productivo, mediante programas, proyectos y servicios de calidad y beneficio mutuo, basados en la credibilidad y confianza, para el impulso a la competitividad, la innovación, la inserción laboral y la formación profesional con altas competencias de empleabilidad así como estrategias para el desarrollo (idem).

c). Visión de la Fundación Educación Superior Empresa.

Ser un organismo de reconocido prestigio nacional y calidad internacional, autosustentable y distinguida por la eficacia de sus programas y servicios. Es considerada una aliada estratégica para las políticas públicas de promoción a la vinculación.

3.2. Programas y subprogramas de la Fundación Educación Superior Empresa.

La FESE ha desarrollado diferentes programas y subprogramas que a continuación se enlistan y describen de manera breve (idem):

1. *Apoyo a las prácticas:* El programa apoya a los estudiantes para realizar prácticas, residencias y estancias profesionales en áreas directamente relacionadas con su perfil profesional propiciando con ello el acercamiento de las empresas al conocimiento y a los recursos académicos de las universidades. El objetivo de este programa es reforzar la formación profesional de los estudiantes de las IES a través de residencias, estancias y prácticas profesionales en las empresas.

2. *Inserción laboral:* El programa se desarrolla mediante un curso en línea que es impartido a los egresados para conseguir competencias que les faciliten su inserción al mercado de trabajo, acompañado de una estancia para prácticas profesionales que se lleva a cabo en las empresas que hayan solicitado su incorporación al programa y cuyos requerimientos correspondan a los perfiles profesionales de los egresados. Su objetivo principal es de incrementar las oportunidades de inserción de los egresados de las IES al mercado de trabajo, a través de acciones para el mejoramiento de sus habilidades para el trabajo que incluye prácticas reales en empresas para reforzar su formación profesional y facilitar su empleabilidad. Este programa incluye la aportación de un apoyo económico mensual al egresado cuyo monto y duración es definido cada año por la Asamblea General de la FESE.
3. *Actitud emprendedora:* Está diseñado para apoyar a la comunidad de educación primaria a concebir una idea emprendedora y ponerla en marcha, para lo cual cuentan con el apoyo de estudiantes universitarios, que han decidido aplicar sus conocimientos profesionales en favor del fomento a la actitud emprendedora en niños de quinto y sexto grado de primaria. Este programa está respaldado por las instituciones de educación superior a través de sus estudiantes en etapa de realizar las prácticas profesionales los cuales juegan el papel de “Asesores”, para que los niños puedan crear una empresa infantil. Para el desarrollo de este programa se cuenta también con el apoyo económico, así como de la guía pedagógica y el acompañamiento académico de la FESE quien funge como coordinador general del programa.
4. *I+D+i:* Programa que proporciona estímulos a proyectos de investigación, desarrollo e innovación en relacionados con la vinculación Universidad-Empresa, o bien en favor directo de la competitividad de una o varias empresas. Su objetivo es reconocer los proyectos de investigación, desarrollo e innovación en las IES que estén orientados a incrementar la competitividad, mejorar procesos, productos y servicios o innovar en favor de una o varias

empresas del sector productivo, en un esquema formal y sistemático de vinculación.

Mencionados los programas y subprogramas que la Fundación Educación Superior Empresa ha desarrollado, a continuación se presenta en qué consiste el subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”, dado que esta tesis se centra en evaluar algunos resultados obtenidos en el desarrollo y aplicación de este subprograma en una escuela primaria rural que se tomó como estudio de caso.

3.3. El subprograma: Mi primera empresa: “emprender jugando”.

Este subprograma forma parte del Programa de Fomento a la Actitud Emprendedora de la FESE y busca generar en la población estudiantil de educación básica una nueva forma de pensar y actuar, reconociendo en sí mismos los comportamientos y valores emprendedores, así como la sensibilización hacia los principios de una cultura empresarial innovadora.

El objetivo general del subprograma es fomentar la cultura emprendedora mediante la capacitación de estudiantes de educación básica (niños emprendedores) en el diseño y operación de una empresa, para que con base en un plan de negocios aprendan a fabricar un producto, venderlo en su localidad y administrar los ingresos y gastos de la misma y con ello se promueva el desarrollo social y económico en los ámbitos local y nacional.

El subprograma establece los objetivos específicos que a continuación se enlistan:

1. Crear empresas dirigidas por niños en Instituciones de Educación Básica (IEB), mediante la aportación de los apoyos económicos necesarios y del acompañamiento y asesoría de IES.

2. Sensibilizar a los profesores de educación básica y padres de familia acerca de la importancia de su participación para el desarrollo de la actitud y competencias emprendedoras en los niños de la IEB correspondiente.
3. Lograr la participación de las IES públicas mediante estudiantes y académicos, que fungirán como “asesores” y “tutores” respectivamente, contribuyendo en la aplicación de conceptos básicos del plan de negocio, el proceso de creación y la operación de empresas dirigidas por niños.

Para lograr los objetivos anteriores se establecen estrategias formativas que toman en cuenta los siguientes aspectos:

1. Los conocimientos básicos de los niños relacionados con el desarrollo de su potencial emprendedor.
2. La planeación de una empresa en un proceso lúdico.
3. La gestión de una empresa infantil acorde a su nivel de maduración y desarrollo intelectual.
4. Las características psicológicas y cognitivas de los niños para la intervención en las Instituciones de Educación Básica (IEB).

Este subprograma está diseñado para apoyar a la comunidad estudiantil de educación básica a concebir una idea emprendedora y ponerla en marcha. Para esto cuentan con el apoyo y respaldo de estudiantes de educación superior en su carácter de asesores, cuya finalidad principal es fomentar la actitud emprendedora en niños mediante la aplicación de sus conocimientos profesionales en la creación de una empresa dirigida por niños. Para el desarrollo de este subprograma se cuenta con apoyos económicos y logísticos que se aplicarán a:

- 1.El capital semilla de las empresas dirigidas por niños.
- 2.Los estudiantes de educación superior.

3. Los orientadores académicos o tutores.
4. La operación mediante manuales y guías didácticas.
5. La asesoría, capacitación y el acompañamiento de la FESE.

Este subprograma está dirigido a un público meta integrado por los siguientes actores o participantes:

1. Estudiantes de las Instituciones Públicas de Educación Superior.
2. Académicos y/o administrativos de las IES participantes que por su trayectoria académica o profesional puedan fungir como “tutores académicos” del subprograma.
3. Estudiantes de quinto y sexto grado de educación básica de aquellas escuelas primarias que formalicen acuerdos de cooperación con las IES participantes en el subprograma.

De forma adicional al público meta, se requiere también de la participación de otros actores que interactúan en el subprograma para impulsar el proceso de fomento a la actitud emprendedora en los niños participantes (emprendedores). Dichos actores son la Fundación Educación Superior Empresa, las Instituciones de Educación Superior y las Instituciones de Educación Básica.

3.3.1. Beneficios de mi primera empresa: “emprender jugando”.

Los beneficios e impactos de este subprograma son múltiples y variados, en el caso de los niños participantes este tipo de iniciativa contribuye a la promoción de valores sociales que se reflejarán tanto en su formación integral como en su vida personal y familiar, así mismo se desarrollarán hábitos de aprendizaje colaborativo y de trabajo en equipo que fomenten actitudes emprendedoras y de liderazgo con un impacto positivo en su desarrollo académico e individual. Pero no solamente los niños que reciben este tipo de capacitación son beneficiados sino también otros agentes que intervienen en el desarrollo del subprograma tal como se describe a continuación:

Beneficios para los estudiantes de educación básica “Niños emprendedores”:

1. Desarrollo de actitudes emprendedoras y de liderazgo que reflejen un impacto positivo en su desarrollo académico y personal.
2. Fomento al hábito del ahorro como elemento que promueva el desarrollo de la familia y la sociedad.
3. Desarrollo de competencias tales como orientación al logro de objetivos, fijación de metas, iniciativa, creatividad y desarrollo de proyectos.
4. Desarrollo de hábitos de aprendizaje colaborativo y de trabajo en equipo.
5. Adquisición de conocimientos básicos sobre el desarrollo de planes de negocio, tales como diseño de productos, comercialización y administración contable.
6. Promoción de la cultura emprendedora con su familia, a fin de concientizarlos para actuar con unidad en la comunidad y el país.
7. Fomento a la resolución de problemas mediante el apoyo de herramientas de planeación y administración adquiridas en la implementación de una empresa infantil con fines educativos y demostrativos.
8. Identificación de áreas de oportunidad en el entorno social y productivo que le permitan en su momento, incorporarse al campo laboral mediante la planeación y administración de una empresa.

Beneficios para las Instituciones de Educación Básica:

1. Promoción de una cultura emprendedora en sus estudiantes para mejorar el perfil de egreso y su vinculación con el entorno inmediato de su región.
2. Cultivo de habilidades y competencias en sus estudiantes participantes en el subprograma con impacto en la comunidad escolar.
3. Desarrollo de la capacidad en los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiar en sus aptitudes y conocimientos, así como propiciar la creatividad, iniciativa personal y el espíritu emprendedor.

4. Creación de un semillero de futuros emprendedores y empresarios que impacte en el entorno social y económico, en los ámbitos local y regional.
5. Reforzamiento del aprendizaje en asignaturas tales como matemáticas, civismo, geografía, entre otras.
6. Promoción de la vinculación con instituciones educación superior, con lo cual se generen relaciones de beneficio mutuo.

Beneficios para los estudiantes “asesores”:

1. Fortalecimiento de su formación integral mediante la oportunidad de contrastar conocimientos teóricos en ámbitos prácticos, a través la creación y operación de empresas.
2. Desarrollo de competencias profesionales y genéricas mediante el asesoramiento en la conformación y operación de empresas dirigidas por niños de escuelas primarias.
3. Obtención de apoyos económicos en la realización de prácticas profesionales que estimulen su participación y apoyen a la economía familiar.
4. Desarrollo de experiencias en la asesoría y capacitación de terceros.

Beneficios para los “tutores académicos”:

1. Contribución a elevar la pertinencia e impacto social de los programas educativos en las IES.
2. Satisfacción profesional y personal por la formación los niños y jóvenes emprendedores que requiere el país.
3. Fortalecimiento de la cultura emprendedora y empresarial, mediante el asesoramiento, capacitación y dirección de jóvenes en prácticas profesionales.
4. Actualización en programas, proyectos e iniciativas sobre programas de fomento a la actitud emprendedora que se llevan a cabo en el país.

5. Adquisición de competencias para promover la cultura emprendedora en niños.
6. Capacitación y/o actualización para la administración de proyectos de emprendimiento en jóvenes y niños.
7. Contribución al fortalecimiento de la vinculación de las IES con escuelas públicas de nivel básico.

Beneficios para las Instituciones de Educación Superior participantes:

1. Fortalecimiento de la responsabilidad social mediante la extensión de servicios a las escuelas primarias públicas de su entorno con la finalidad de difundir la actitud emprendedora en niños.
2. Distribución social del conocimiento en los diferentes actores de la sociedad que impacte en el desarrollo humano sustentable.
3. Participación proactiva de académicos y estudiantes en el desarrollo socioeconómico de su entorno inmediato.
4. Posicionamiento de la IES como una institución de desarrollo y fomento de la cultura emprendedora en beneficio de los diferentes sectores de la sociedad.

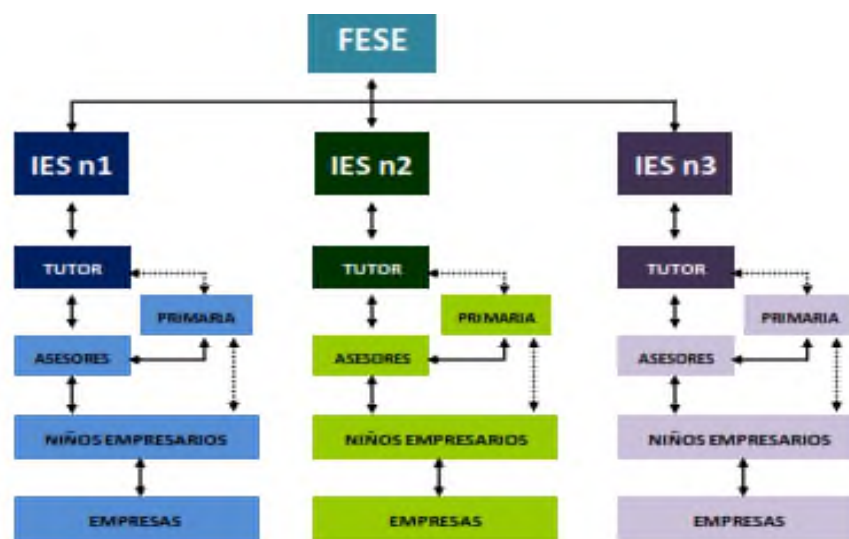
Como se puede apreciar, los beneficios que aporta este subprograma son amplios y diversos y tienen la finalidad de impactar en el desarrollo personal, familiar, profesional y comunitario de los niños participantes y, también en alguna medida en los otros agentes que participan en el desarrollo y puesta en práctica del subprograma. Lamentablemente este es un subprograma piloto en nuestro país y por lo tanto no se cuenta con una planeación o programa de trabajo que indique como se medirá el impacto de dicho programa en el mediano y largo plazo; anudado a que dicho subprograma está sujeto a políticas sexenales que pudiera poner en riesgo su permanencia.

3.4. Organización y funcionamiento del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

3.4.1. Estructura operativa y lineamientos.

La operación del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando” en las escuelas primarias es posible gracias al apoyo de dos grandes actores: primeramente están los jóvenes estudiantes universitarios quienes en su carácter de “asesores” realizan sus prácticas profesionales orientando en diversas actividades del subprograma a los niños participantes del mismo y, en segundo lugar se encuentran los académicos de las IES que fungen como “tutores” o coordinadores del subprograma por un periodo de seis meses en las escuelas primarias. De manera general, la figura 1 da cuenta de la estructura operativa y las relaciones entre actores que se plantean para el buen desarrollo del subprograma.

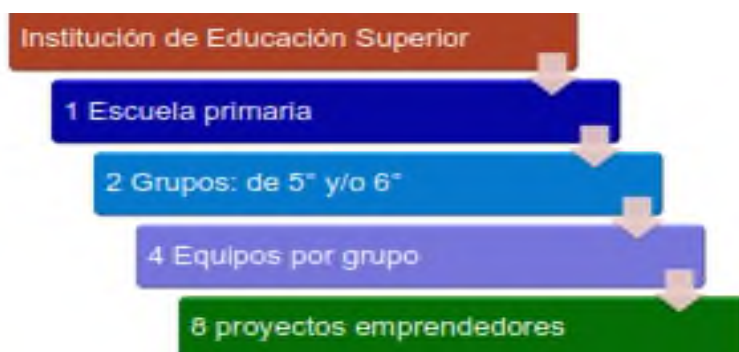
Figura 1. Estructura Operativa del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.



Fuente: Tomado del manual de FESE.

La implementación del subprograma en una escuela primaria se lleva a cabo con la participación de dos grupos, preferentemente de los grados de quinto y sexto. Se deben crear cuatro empresas en cada grupo, es decir, la finalidad es integrar ocho empresas por primaria participante, tal como lo muestra la figura 2.

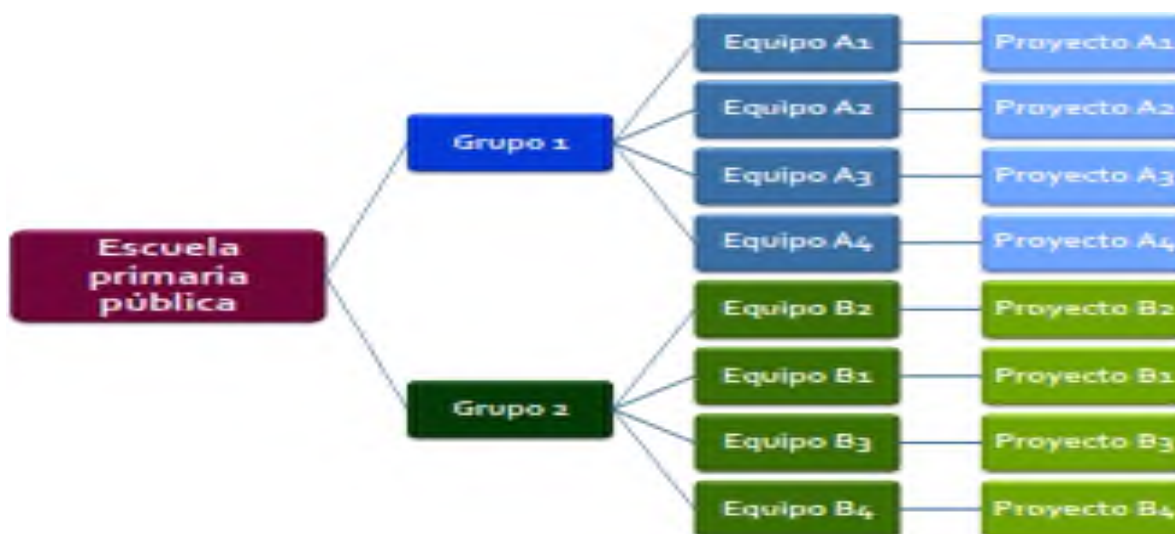
Figura 2. Participantes del subprograma Mi primera empresa: “Emprender jugando”



Fuente: Tomado del manual de FESE.

Es importante mencionar que cada uno de los equipos de niños elabora un plan de negocios sobre un proyecto de una empresa con la finalidad de emprender jugando. En este orden de ideas, la conformación de las empresas en las escuelas primarias dirigidas por niños queda organizada como se muestra en la figura 3:

Figura 3. Equipos para el subprograma Mi primera empresa: “Emprender jugando”



Fuente: Tomado del manual de FESE.

Para emprender jugando, la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), ha dispuesto una serie de apoyos para los participantes. En primer término para los

proyectos que habrán de conformarse se otorgarán \$1,000.00 como capital semilla. Este recurso se destinará para la producción y comercialización de las empresas dirigidas por los niños emprendedores.

3.4.2. El proceso de intervención y trabajo del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

Los fundamentos teórico-pedagógicos que se consideran en las estrategias de aprendizaje dentro de los aspectos académicos del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, son:

1. Aprendizaje mediante la aplicación y retroalimentación de conocimiento en procesos de emprendimiento aplicado en un contexto real: “aprender a aprender”.
2. Aprendizaje colaborativo con actividades grupales: “aprender a hacer”.
3. Aprendizaje en un contexto real a nivel de su localidad y con los recursos didácticos disponibles, mediante la identificación de oportunidades de negocio y el diseño de los productos y/o servicios de las empresas infantiles: “aprender a actuar”.
4. Aprendizaje mediante actividades lúdicas: “aprender jugando”.

Estos aprendizajes aplicados a un proceso de emprendimiento contribuyen al desarrollo de los conceptos básicos sobre el diseño y la operación de empresas. La finalidad es provocar en los niños participantes la reflexión de su entorno social y productivo, para promover una nueva actitud y fomentar la cultura emprendedora en ellos. Los aprendizajes teórico-prácticos se llevan a cabo de acuerdo a la siguiente propuesta metodológica: 60% de actividades prácticas y 40% de actividades teóricas a cargo de los “asesores” tal como se puede apreciar en la figura 4.

Figura 4. Metodología de enseñanza-aprendizaje del subprograma Mi primera empresa: “Emprender jugando”



Fuente: Tomado del manual de FESE.

Para poder llevar a cabo el subprograma el proceso de intervención consiste en la orientación y asesoría a los equipos de trabajo participantes para que apliquen los procesos administrativos de manejo de recursos humanos, financieros y de producción, en la creación y desarrollo de su pequeña empresa. Por ello, para la implementación de Mi primera empresa: “Emprender jugando” se llevan a cabo las siguientes actividades:

1. Se constituye una serie de Unidades de Trabajo (UT), en las cuales se incluyen la identificación e integración de la idea de negocio, la elaboración de la estrategia de negocio, la fabricación, la venta del producto y por último el cierre y liquidación de la empresa.
2. Se establece una organización por áreas o direcciones para cada una de las empresas dirigidas por los niños. La finalidad es recrear las estructuras organizativas básicas de una empresa formal en un proceso lúdico.
3. El proceso de intervención implica tanto para el “tutor” como para el “asesor”, conducir el proceso para que exista una adecuada articulación entre la organización por áreas y las diferentes UT en las empresas dirigidas por niños desde cada una de las unidades de trabajo (ver figura 5).

Figura 5. Unidades de trabajo con relación a las áreas y organización de la empresa

ORGANIZACIÓN POR ÁREAS.	UNIDADES DE TRABAJO				
	Idea de negocio	Estrategia de negocio	Fabricación	Venta	Liquidación y cierre
Dirección General	✓	✓	✓	✓	✓
De Producción	✓	✓	✓	✓	✓
De Mercadotecnia	✓	✓	✓	✓	✓
De Finanzas	✓	✓	✓	✓	✓

Fuente: Tomado del manual de FESE.

Cabe destacar que la propuesta de intervención se desarrolla a través de una metodología participativa. En esta metodología los niños emprendedores a partir del capital semilla deberán decidir una idea de negocio, trabajar en equipo y designar responsabilidades específicas para cada uno de sus miembros, realizar la distribución de tareas por departamento, asignar roles y, emprender una organización colaborativa. En todo el proceso de implementación de este subprograma las actividades aplicadas a esfuerzos específicos promoverán el aprendizaje significativo. La tabla 2 muestra de forma resumida el contenido de cada una de las Unidades de Trabajo.

Tabla 2. Organización de las unidades de trabajo del subprograma Mi primera empresa: “Emprender jugando”

Unidad de trabajo	Descripción
UT-1	Elección de la idea de negocio: Análisis de las aptitudes emprendedoras de los alumnos, elección de una idea de negocio, asignación de cargos y distribución departamental de las tareas.
UT-2	Estrategia de negocio: Definición y características del producto, necesidades de materias primas, precio de venta, etc.
UT-3	Fabricación o desarrollo o servicio: Transformación de materia prima, control de calidad, empaque y embalaje.

UT-4	Venta del producto: Elección de puntos de venta, campaña de publicidad, estrategias de negociación.
UT-5	Liquidación y cierre de la empresa: balance de resultados, cálculos de ganancias, evaluación y finiquito de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, la importancia y el principal objetivo del subprograma radica en buscar, transmitir y desarrollar en los niños una actitud emprendedora para que éstos puedan asumir responsabilidades empresariales que van desde decidir una idea de negocio, trabajar en equipo y designar responsabilidades específicas para cada uno de sus miembros, como realizar la distribución de tareas por los departamentos y asignar roles para así emprender una organización colaborativa. En el siguiente capítulo se presenta la metodología que se siguió para efectuar el análisis de todos los planes de negocios que los niños participantes del subprograma elaboraron.

CAPÍTULO IV.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe la forma en que se realizó la investigación, por tanto los aspectos que integran este apartado son el tipo de estudio que se desarrolló, las variables estudiadas, los instrumentos empleados para la recopilación de información y, finalmente la descripción de la obtención, análisis e interpretación de la información.

4.1. Tipo de estudio.

El tipo de estudio que se realizó en la investigación fue descriptivo y exploratorio debido a que del tema de la Educación en Emprendimiento (EE) en escuelas de nivel básico en México, no existe mucha información y es un tema emergente de discusión, análisis e investigación. En nuestro país solamente la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) hace esfuerzos para atender este tema, sin embargo, falta mucho por hacer en la formación y capacitación de los profesores que trabajan en este nivel educativo a fin de que puedan dominar y desarrollar los contenidos de la educación en emprendimiento en clases y así trabajar temas de emprendimiento con alumnos de quinto y sexto grado de escuelas primarias.

4.2. Participantes en el estudio.

Para evaluar los resultados obtenidos en el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, se analizaron los productos escritos generados por los 26 niños participantes que fueron estudiantes de quinto y sexto grado de la Escuela Primaria Rural “Benito Juárez”, ubicada en la comunidad del Edén en el municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca. La población de estudio estuvo compuesta como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Participantes del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”

Grado	Hombres	Mujeres	Total
Quinto	10	7	17
Sexto	10	8	18
Total	20	15	35*

Fuente: Elaboración propia.

* Fueron 35 niños participantes quienes iniciaron el subprograma pero sólo lo concluyeron 26.

4.3. Variables estudiadas.

Se estudiaron tres variables para obtener la información con la que dimos respuestas a nuestras preguntas de investigación planteadas al inicio de este trabajo. A continuación se describen las variables que se estudiaron en este trabajo:

1. Plan de negocio: en esta variable se analizó, a partir de la estructura que la Fundación Educación Superior Empresa (FESE) establece, el grado de aplicación que los niños de quinto y sexto grado consideraron para realizar su plan de negocios y poner en marcha su mini empresa.
2. Conocimientos sobre temas de emprendimiento: mediante esta variable se analizó el nivel de conocimientos teóricos sobre emprendimiento que adquirieron los niños participantes mediante el desarrollo del subprograma Mi Primer Empresa: “emprender jugando”.
3. Habilidad de emprendimiento infantil: en esta variable se evaluó en qué áreas los niños participantes desarrollaron habilidades de emprendimiento.

4.4. Instrumentos para obtener la información.

Para llevar a cabo la recopilación de la información de los estudiantes de quinto y sexto grado que participaron en el estudio, se empleó y aplicó un cuestionario y un documento base de la estructura de plan de negocios que establece como guía la Fundación Educación Superior Empresa (FESE). Cabe aclarar que tanto el cuestionario y la estructura del plan de negocio fueron diseñados y proporcionados por la FESE como instrumentos para evaluar los resultados y el cumplimiento de los

objetivos establecidos en el subprograma Mi Primer Empresa: “emprender jugando”. A continuación se describen los dos instrumentos que se emplearon para la obtención de la información.

4.4.1. El “Cuestionario De Aprendizaje Mi Primera Empresa.

Este cuestionario tiene la finalidad de evaluar el nivel de aprendizaje de conocimientos teóricos de emprendimiento infantil que los niños adquieren mediante el desarrollo del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando. El cuestionario fue aplicado por alumnos de la Licenciatura en Ciencias Empresariales, quienes fueron prestadores de servicio social desempeñando el papel de asesores de los niños participantes mientras se desarrolló el subprograma. Para fines de esta tesis, la información obtenida de dichos cuestionarios sólo fue organizada, sistematizada y analizada. El cuestionario (anexo 1), está estructurado de dos grandes apartados; el primer apartado se constituye de 14 preguntas acerca del nivel de desarrollo y utilización de habilidades de emprendimiento y, el segundo apartado consta de 12 términos relativos a conocimientos teóricos específicos sobre emprendimiento.

4.4.2. Estructura del plan de negocios.

En cuanto a la estructura del plan de negocios que establece la FESE (anexo 2), los elementos que se consideraron para la evaluación fueron los siguientes:

Datos generales:

1. Portada: Incluye el nombre de la empresa, logotipo, dirección, número telefónico, dirección de correo electrónico, dirección de internet, etc.
2. Índice: Incluye las páginas donde se ubica cada tema.
3. Introducción: Explica brevemente la razón por la cual se está haciendo el plan de negocio.
4. Resumen ejecutivo: Muestra el panorama general de lo que es el negocio, resaltando lo más importante que deberá captar el inversionista.

Descripción del Negocio:

Definir nombre de la empresa, crear un logo y slogan para la empresa, breve historia de la compañía, naturaleza y constitución de la empresa, el sector que la empresa desea trabajar (primario, secundario, terciario), misión, visión, valores y filosofía de la empresa y, visualizar el producto que se producirá y venderá. Establecimiento de un organigrama y cronograma de actividades para establecer las formas de trabajar y las actividades para cada uno de los miembros de la organización.

Estudio de Mercado:

Segmento al cual se dirigirá la empresa, el tipo de personas que adquirirán el producto, pronóstico de ventas o ventas estimadas, las 4p's de la mercadotecnia: producto, precio, plaza, promoción de venta (descuento, muestra gratis).

Estudio Técnico:

Indicar los pasos a seguir para el proceso de la materia prima, herramientas que utilizarán los trabajadores para llevar a cabo su trabajo, la capacidad de producción de la empresa, determinación del costo total de producción, el costo unitario de producción y el precio de venta del producto terminado.

Estudio Financiero:

Incluye la estructura del financiamiento, balance general, estado de resultado y el flujo de efectivo de la empresa.

4.5. Análisis de la información.

La información obtenida del cuestionario aplicado a los estudiantes de quinto y sexto grado se concentró en una base de datos utilizando el software estadístico SPSS V.19, con el que se efectuó el análisis cuantitativo de los datos. Se obtuvieron frecuencias, proporciones y valores o puntuaciones medias de las habilidades de emprendurismo que desarrollaron los niños durante el taller, para evaluar este aspecto se diseñó una escala estimativa, pues ésta es “un instrumento cuya finalidad es estimar convenientemente el rendimiento escolar en lo que se refiere a los

procesos, los productos o las realizaciones y la evaluación de un producto y, puede llevarse a cabo en cualquier momento ya que se cuenta con el producto mismo” (Rodríguez, 2008:247-248). Dicha escala estimativa incluyó tres niveles: 1(Deficiente), 2(Regular), 3(Buena), a través de la cual se determinó el nivel de desarrollo y la utilización de habilidades de emprendimiento de los niños participantes en el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

Para evaluar el nivel de apropiación de conocimientos teóricos sobre emprendimiento se diseñó una escala estimativa con tres niveles en donde 1 correspondió a una respuesta ingenua (definición equivocada), 2 a una respuesta plausible (definición con algunos elementos correctos) y 3 referida a una respuesta adecuada (definición correcta), con los valores de dicha escala se obtuvieron las puntuaciones medias para cada una de las definiciones en dos momentos, es decir, antes de iniciar el subprograma y después del mismo con la finalidad de poder comparar los cambios de puntuación medias en los conocimientos teóricos básicos de emprendurismo. A fin de comprobar si las diferencias en las puntuaciones medias obtenidas por los niños antes y después del subprograma eran significativas y de esta manera encontrar evidencias de su aprendizaje, se realizó una prueba estadística “T” de la diferencia de dos muestras relacionadas.

Para el tratamiento de las preguntas abiertas del cuestionario se transcribieron las respuestas proporcionadas por los niños participantes en *Microsoft Office Word* y se utilizó la técnica de análisis de contenido el cual según Fox (1981, en Espin, 2002), es un procedimiento para la categorización de datos verbales o de conducta con fines de clasificación, resumen y tabulación y, mediante el cual surgieron varias categorías en las que se agruparon las respuestas para poder facilitar la interpretación de la información.

Para evaluar la estructura del plan de negocios, se diseñó una vez más una escala estimativa que propone Rodríguez (2009) en 3 niveles: 1 (Deficiente), 2 (Regular) y 3 (Buena), la cual sirvió para evaluar si los niños que participaron en el

taller pusieron en práctica los conocimientos teóricos y las habilidades de emprendurismo adquiridos mediante el mismo e identificar en qué medida se cumplió al diseñar un plan de negocios con la estructura del plan de negocios que propone la FESE. Para llevar a cabo la evaluación de los planes de negocio se empleó el método *Delphi*, pues su finalidad es obtener algún tipo de “acuerdo” entre expertos o personas seleccionadas tomando como base algún perfil establecido para que su opinión pueda considerarse relevante o experta (Landeta, 1999). En éste método los panelistas, a diferencia de otras técnicas de sondeo de opinión y actitudes, son objeto de consulta por correo postal o electrónico y su identidad es mantenida en secreto por el responsable de la investigación hasta la finalización de la consulta (Muruais y Sánchez, 2012).

En este caso, primeramente la tesista evaluó los planes de negocio a través de la escala estimativa, después hizo lo mismo el director de la tesis, se compararon resultados y se discutieron las diferencias de opiniones, luego con la finalidad de incrementar la objetividad de la evaluación se realizó la evaluación de los planes de negocios con dos expertos⁸ a los cuales se les envió la escala estimativa y los ocho planes de negocio. Todo lo anterior coordinado y analizado por quien presenta la tesis y el director del estudio.

Una vez que se ha mencionado y descrito el diseño metodológico que se siguió para este trabajo, estamos en condiciones de mostrar de manera más detallada cómo se analizó la información y los resultados obtenidos, mismos que se presentan en el siguiente capítulo.

⁸Estos fueron profesores investigadores adscritos a la Ingeniería en Desarrollo e Innovación Empresarial de la Universidad Tecnológica de la Costa Grande.

CAPÍTULO V.

RESULTADOS

Una vez concluido el análisis de la información generada en la investigación se presentan los resultados obtenidos organizados de la siguiente manera: información general de los niños participantes, evaluación del grado de desarrollo y utilización de habilidades del emprendimiento, evaluación de los conocimientos teóricos básicos del emprendimiento y, la evaluación de la estructura de los planes de negocios correspondientes.

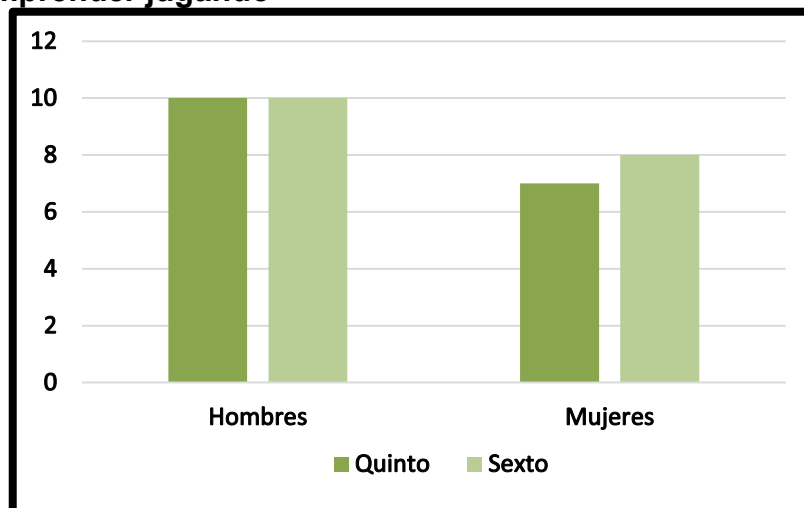
5.1. Información general.

En este apartado se presenta la información general de los niños participantes del subprograma Mi Primer Empresa: “emprender jugando”, que fueron estudiantes de quinto y sexto grado de la Escuela Primaria Rural “Benito Juárez”, ubicada en la población del Edén del municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.

5.1.1. Participantes del subprograma Mi Primer Empresa: “emprender jugando”.

Al inicio del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando” los participantes se conformaban de la siguiente manera (ver gráfica 1).

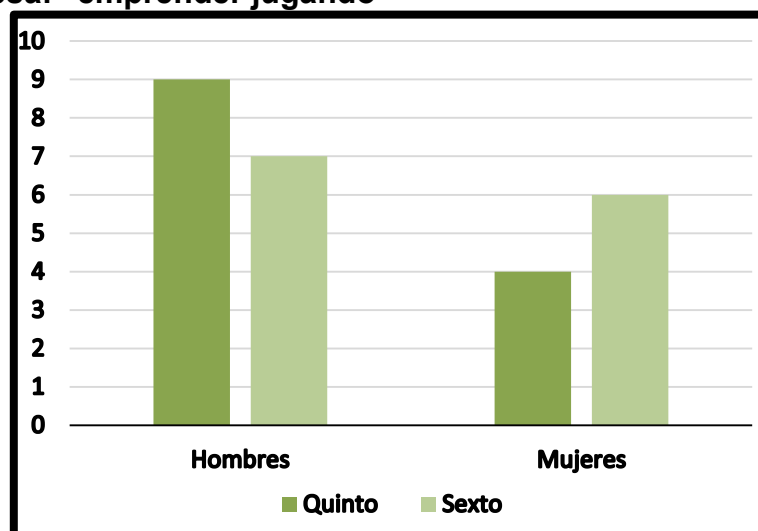
Gráfica 1. Número de participantes al inicio del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”



Fuente: Elaboración propia.

La totalidad de los niños participantes fue de 35, divididos de la siguiente manera: en el quinto grado diez fueron hombres y siete mujeres, haciendo un total de 17 participantes; en el sexto grado diez fueron hombres y ocho mujeres haciendo un total de 18 niños participantes. Cabe aclarar que durante el periodo de seis meses que duró el desarrollo del subprograma varios niños participantes lo abandonaron por motivos personales y sólo lo concluyeron 26 niños (ver gráfica 2). En el quinto grado concluyeron nueve hombres y cuatro mujeres, mientras que en sexto grado terminaron siete hombres y seis mujeres.

GRAFICA 2. Número de participantes que concluyeron el subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”



Fuente: Elaboración propia.

5.2. Evaluación del grado de desarrollo y utilización de habilidades de emprendimiento.

A continuación se presenta la evaluación desde la opinión de los niños participantes del grado de desarrollo y utilización de las habilidades de emprendimiento durante las diversas actividades del subprograma, para ello se obtuvieron las frecuencias de las respuestas del cuestionario que se aplicó a los niños de quinto y sexto grado de primaria después de llevar a cabo el taller del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”.

Para evaluar el grado de desarrollo y utilización de las habilidades de emprendimiento desde la opinión de los niños, al término del subprograma se aplicó una escala estimativa propuesta por Rodríguez (2009), en la que ellos indicaron cuáles fueron los aspectos del emprendimiento en los que consideraban mejoraron, cuáles fueron las habilidades de emprendurismo utilizadas y qué aprendieron a hacer durante el taller.

Tabla 4. Nivel de desarrollo y utilización de habilidades de emprendimiento

¿Cuánto has mejorado en los siguientes aspectos por cursar el taller?	Deficiente (%)	Regular (%)	Buena (%)
Trabajar con los demás	-	8	92
Conocer cómo organizar una empresa	-	5	95
Conocer cómo funciona una empresa	-	4	96
Establecer objetivos	3	6	90
Convencer a los demás	4	8	89
Adaptarme a los demás	-	6	94
Aprovechar nuevas ideas	-	8	92
Saber planificar	-	10	90
¿En qué medida utilizaste en el taller las siguientes habilidades?			
Flexibilidad	-	7	93
Organización	2	-	98
Cálculo	2	8	90
Manualidades	5	-	96
Dibujar	-	2	98
Planificar	-	9	91
Atender al público	6	12	82
Analizar problemas	-	10	90
Resolver problemas	-	10	90
Tomar decisiones	1	13	86
¿En qué medida durante el taller has sabido hacer lo siguiente?			
Tomar decisiones	-	13	87
Delegar responsabilidades	5	5	90
Escuchar a los demás	2	5	92
Aceptarlos comentarios de los demás	3	7	82
Hacer aportaciones para el equipo	4	14	90
Comunicarte verbalmente con los demás	4	10	90
Responder a las peticiones de los demás	4	6	86

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

En cuanto a los aspectos que mejoraron los niños mediante la participación del subprograma se puede apreciar que el 96% pudo conocer cómo funciona la

empresa. El 95% conoció cómo organizar una empresa y el 94% afirmó que aprendieron a adaptarse a los demás. Se observa que de manera regular el 10% los niños participantes del subprograma supieron planificar, el 8% aprovechó las nuevas ideas, convencer y trabajar con los demás. Escasamente el 4% consideró que no aprendieron a convencer a los demás y el 3% a no saber establecer objetivos.

En cuanto a las habilidades que tuvieron que utilizar los niños durante el desarrollo del subprograma, se encontró que un 98% afirmó haber utilizado la habilidad de organizar y dibujar, el 96% a hacer manualidades, el 93% utilizó la flexibilidad, el 91% mencionó hacer uso de la habilidad de planificar, mientras que el 90% afirmó que hizo uso de habilidades tales como analizar, resolver problemas y hacer cálculos. No obstante, cabe aclarar que en cuanto a las habilidades de tomar decisiones, el 13% de los niños afirmaron que lo hicieron de manera deficiente al igual que la habilidad de atender al público (12%) y las habilidades de analizar y resolver los problemas (10%).

En cuanto a qué medida durante el subprograma los niños supieron hacer o poner en práctica las habilidades de emprendurismo, el 92% afirmó que puso en práctica escuchar a los demás, el 90% el delegar responsabilidades, hacer aportaciones al equipo y el de comunicarse verbalmente con los demás; no obstante, de manera regular el 14 % hicieron aportaciones para el equipo y el 13% el tomar decisiones, mientras que el 10% los niños emplearon de manera deficiente el comunicarse verbalmente con los demás.

En términos generales, estos resultados concuerdan con lo que expresa la FESE (2012), acerca de los múltiples beneficios que reciben los niños que participan en programas de emprendimiento infantil pues en el caso concreto que nos ocupa, los niños afirman haber desarrollado habilidades emprendedoras traducidas en actitudes de liderazgo, desarrollo de hábitos de aprendizaje colaborativo, de trabajo en equipo, también desarrollando competencias tales como orientación al logro de objetivos, fijación de metas, iniciativa, creatividad y desarrollo de proyectos,

adquiriendo así conocimientos básicos sobre el desarrollo de planes de negocio, tales como diseño de productos, comercialización y administración contable.

5.3. Evaluación de los conocimientos previos de habilidades de emprendimiento.

A continuación presentamos el análisis e interpretación de las 10 preguntas abiertas del Cuestionario de aprendizaje del subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”. Para ello, primeramente se transcribieron las respuestas de los niños participantes del taller en *Microsoft Office Word*, después se utilizó la técnica de análisis de contenido de la cual surgieron varias categorías integradas por respuestas similares que fueron de gran ayuda para llevar a cabo la interpretación de la información. La tabla 5 muestra el análisis de contenido de lo que los niños dijeron saber acerca de una empresa.

Tabla 5. Conocimientos previos sobre una empresa

Pregunta: ¿Cuéntanos, en pocas palabras, lo que sabías de una empresa?			
Categoría	Conteo	%	Afirmaciones
Función Producción-Ventas	10	38	• Que elaboran productos para vender • Donde venden productos y cualquier tipo de cosas para generar ganancia en la empresa como tortillería los ángeles • Que preparan mercancías para vender • Es un edificio grande donde se producen productos • Es donde se fabrican productos para exportar • Son las que venden productos • Que fabrican y venden productos • Las que compran materiales para hacer algo para vender • Que venden sus productos • Vende el producto para que las personas lo compren
Sin Conocimiento	6	23	• No sabíamos que íbamos a vender • No entendía las 4p • Nada • No se • Nada • No sabía nada, solo que vende productos

Áreas Funcionales	3	11	• Que tenía directores de mercadotecnia, de producción y financiero • Sabía que había gerente general, empleados • Que debería tener varios grupos como de mercadotecnia, finanzas, producción y el jefe o jefa.
Ejemplos de Empresa	2	8	• Tienda Lores, tortillería los ángeles • Gran de bodega, lores son los que venden un servicio
Trabajo en quipo	2	8	• De que tenemos que trabajar bien, en equipo y tratar de ganar dinero y no pelear • De aprender a trabajar y multiplicar el dinero que se invirtió
Elementos de la empresa	1	4	• Es un lugar donde trabajan muchos empleados
Inversión	1	4	• Que se invierte una cantidad de dinero y hay veces que se recupera y hay veces que no
Otros	1	4	• Que es aburrido y le dan el dinero a la escuela y no a nosotros
Totales	26	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

La tabla anterior muestra que el 38 % de los niños afirmaron que una empresa es un edificio donde se producen productos para vender, revender y exportar para así obtener ganancia de la misma. El 11% mencionó que la empresa es un lugar donde se tiene directores de mercadotecnia, producción y finanzas, en donde se tiene un gerente general y empleados, misma afirmación se puede apreciar en la categoría de Áreas funcionales. El 8% emplearon nombres de empresas locales tales como Gran de Bodega, Lores para poder definir a una empresa.

En la categoría trabajo en equipo, el 8% afirmaron que en una empresa se debe trabajar en equipo y generar más dinero para beneficio de todos los que trabajan en la empresa. Llama la atención que el 23 % afirmó que antes de tomar el subprograma no tenían ningún tipo de conocimiento acerca de lo que era una empresa ni cuáles eran sus funciones. Los resultados anteriores muestran que los niños poseen conocimientos previos acerca de lo que es una empresa, lo que quizás

sea producto de su relación con el contexto socioeconómico en el que se desenvuelven.

En la tabla 6 se muestra el análisis de contenido de la pregunta: ¿Qué se hace en un departamento de mercadotecnia?, del cual surgieron 5 categorías mismas que se muestran a continuación.

Tabla 6. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Mercadotecnia

Pregunta: ¿Qué se hace en un departamento de mercadotecnia?			
Categoría	Conteo	%	Afirmaciones
Encargada de hacer publicidad	18	70	• La publicidad, se encarga de hacer el logo etc. • Se encarga de la publicidad • Checar lo que se hacía con los demás departamento publicidad, folleto, tele radio • De diseñar el producto y dar a conocer el producto • Dar publicidad al producto y nuevas ideas • Ofrecerles productos a los clientes • Dar a conocer nuestro producto • Lo que tiene que ver con la publicidad del producto • Que nos ayuda hacer los carteles • Se hace la publicidad de la empresa y del producto que se va a vender • Que anime a la gente de que compre nuestro producto • Es el encargado de hacer la publicidad de la empresa • Elabora la publicidad de la empresa realiza las promociones ofertas y descuento • Para hacer los carteles llamativos y hacer folletos • Hacer folletos, carteles y anuncios • Hacer publicidad para dar a conocer el producto • Hace publicidad, tenía que ver sobre carteles
Encargada de crear logotipo	3	11	• Encarga de hacer el logo • Se encarga de hacer el logo y de la publicidad

			• Planear el logo, el nombre de la empresa y otras cosas
Encargada de hacer promociones	3	11	• Se hacen promoción • Se hacen las promociones, se ve cuánto va a costar el producto • Las promociones, los descuentos y publicidad, persuadir al cliente etc.
4 P's	1	4	• Es en el que se ve las cuatro p's
Áreas funcionales	1	4	• Organizar a los de finanzas, producción y mercadotecnia para hacer la empresa.
Totales	26	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

Los resultados muestran que el 70% de los niños afirmó que el departamento de mercadotecnia se encarga de la publicidad de la empresa creando un logo que pueda identificarla, también es el encargado de hacer los carteles, folletos, hacer spot para radio y comerciales para la televisión y dar a conocer los productos que se van a ofrecer a los clientes. El 11 % afirmó que el departamento de mercadotecnia se encarga de hacer las promociones de los productos, el 11% fundamenta que se encarga de hacer el logo de la empresa, y el 4% mencionó que es el área encargada de las 4 P's de la empresa. La información anterior es evidencia de que después del taller los niños tienen un conocimiento más claro de lo que se realiza en el departamento de mercadotecnia, estos resultados concuerdan con lo que expresa Denigri (citado por Sarmiento 2005), en el sentido de que los niños a edades temprana son capaces de adquirir conocimientos teóricos sobre temas de emprendurismo.

En la tabla 7 se presentan las tres categorías que surgieron al analizar las afirmaciones de los niños en cuanto a lo que se hace en un departamento de producción, mismas que se muestran a continuación.

Tabla 7. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Producción

Pregunta: ¿Qué se hace en un departamento de producción?			
Categoría	Conteo	%	Afirmaciones
Producción del producto	21	81	• Se encarga de producir los productos • Se encarga de producir los productos

			- que se van a vender • Es el encargado de ver que se produzca bien el producto • Se encarga de producir • Se ve que material se va ocupar para la producción del producto • Se hace el producto y se busca o se pregunta la receta • Hace el producto • Hacer producto, como las tortas • Se encarga de elaborar los productos • Producir los productos de la empresa • Elabora los producto de la empresa • Se elabora los productos de la empresa • El que produce el producto • Todo lo que tiene que ver con la elaboración del producto • Es el encargado de fabricar los productos de la empresa • Es el departamento que se encarga de hacer las compras y de elaborar el producto • Es donde se elabora el producto • Se elabora el producto y fijarnos como se elabora y lo que se utiliza • Se elabora el producto, ve que se necesita para el producto • Se ve que se utiliza para hacer el producto de la empresa • Elabora el producto, en que cantidad se va a utilizar
Dirección de departamento	2	8	• Dirigir a los otros departamentos, material, cantidad • El que es el encargado de organización
Sin conocimiento	1	4	• No se
Totales	26	93%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

En cuanto a la categoría de producción, el 80% afirmó que el departamento se encarga de hacer las compras de las materias primas y posteriormente proceder a la elaboración de los productos que se van a vender. Asimismo tiene la responsabilidad de vigilar que la producción se haga correctamente y que las materias primas que se han de ocupar estén a tiempo para la elaboración del producto y, sólo el 8% afirmó que el departamento de producción se encarga de dirigir a los otros departamentos y

de vigilar la organización de la misma; sin embargo, llama la atención que el 4% de los niños dijo no tener conocimientos de lo que se hace en un departamento de producción.

En la tabla 8 se encuentra el análisis de contenido de la pregunta ¿qué se hace en un departamento de finanzas?, de la cual se obtuvieron 2 categorías que a continuación se describen.

Tabla 8. Conocimientos sobre las funciones del Departamento de Finanzas

Pregunta: ¿Qué se hace en un departamento de finanzas?			
Categoría	Conteo	%	Afirmaciones
Administrar el dinero	21	81	• Es el encargado de que no haga falta el dinero • Llevar las cuentas • Se lleva las cuentas y los ticks • Se maneja el dinero, se compara para ver si sale más barato • Se guarda el dinero y administra • Revisar dinero, administrar dinero, hacer cuentas • Hacer las cuentas, guardar el dinero • Que maneja todo el dinero • Se encarga de llevar el dinero de todas las ventas de la empresa • Manejar el dinero de los productos, del capital semilla para que no se acabe • Manejar el dinero del capital semilla para que no se acabe • Manejar el dinero de los productos • El que maneja el dinero, hace las cuentas • Nos ayuda a cuidar el dinero • Hace las cuentas de la empresa • Que lleva la cuenta de lo que gasta la empresa • El que establece el dinero, cuanto se gasta • Es el encargado de los gastos de la empresa • Es donde se lleva toda la cuenta de lo que se gasta para producir el producto • Se encarga del dinero y de las notas y hacer sumas para ver cuánto se gastó • Administrar el dinero

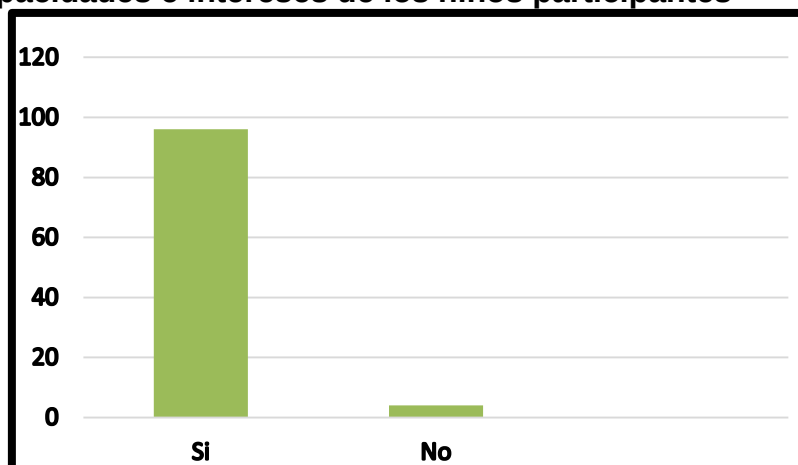
Registros de los gastos	5	19	• Viendo las notas de los gastos • Contar el dinero de los gastos que se hacen • Es el que te encarga de llevar un registro de los gastos y de los ingresos de la empresa • Anotar en una libretita y contar el dinero, también dar el dinero necesario para el producto • Se lleva el registro de todo lo que se gastó y todo dinero
Totales	26	100%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

En la primera categoría administrar el dinero, el 81% menciona que el departamento de finanzas se encarga de llevar las cuentas, de vigilar y de administrar el capital semilla con la que inició la empresa, además tiene la responsabilidad de hacer las cuentas de las ventas de la empresa; en la segunda categoría, el 19 % señaló que el departamento de finanzas debe llevar un registro de los gastos mediante las notas en donde se comprueban los gastos que realiza la empresa. Estos resultados muestran que los niños en su mayoría saben identificar correctamente las funciones del departamento de finanzas de una empresa como resultado de los conocimientos teóricos adquiridos durante el desarrollo del subprograma.

En la gráfica 3 se presentan los resultados obtenidos de la pregunta ¿Crees que el departamento en el que participaste corresponde bien con tus capacidades y tus intereses?

Grafica 3. Capacidades e intereses de los niños participantes



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

Tal como se muestra en la gráfica 3, el 96% de los niños respondió que sí estuvieron asignados en el departamento correcto y que correspondía con su interés y capacidad y sólo el 4% contestó que no se encontraba o no fue ubicado en el departamento que correspondía con su interés y capacidad.

En cuanto a la pregunta ¿Te gustaría trabajar en ese tipo de departamento en una empresa real cuando seas mayor?, la tabla 9 muestra las cuatro categorías obtenidas mediante el análisis de contenido.

Tabla 9. Trabajar en un departamento de una empresa en el futuro

Pregunta: ¿Te gustaría trabajar en ese tipo de departamento en una empresa real cuando sea mayor?				
Categoría	Conteo Afirmativo	Conteo negativo	%	Afirmaciones
Actitud empresarial	9		35	• Si porque nos enseña a cómo sería una empresa manejada por nosotros • De elaborar más productos buenos para los beneficios de los humanos y de la naturaleza • Sí, porque me gusta llevar el control • Sí, soy bueno en eso de la publicidad • Sí, porque es divertido hacer publicidad

				• Sí, porque me gusta hacer cuentas y llevar registros • Para elaborar carteles llamativos • Sí, porque es bonito hacer publicidad
Interés personal	8		31	• Sí, porque vamos a hacer algo importante • Porque me gustaría saber cocinar, a preparar alimentos • Ser el jefe para ganar dinero • Sí, sería vender otra vez • Sí, porque tendría un futuro bien • Sí, porque me gusta manejar el dinero • Porque quiero cuidar mi dinero para hacer mi casa • Si para tener un trabajo
No tiene interés		4	15	• No porque tengo habilidades de futbol, no para una empresa • No porque no voy hacer eso • No porque no me gusta • No porque es mucho trabajo
Interés en las matemática	2		7	• Por las matemáticas • Sí, porque me gustan las matemáticas
Totales	19	4	88%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

De las cuatro categorías obtenidas mediante el análisis de contenido, tres fueron de naturaleza positiva y una fue negativa. En la primera categoría afirmativa relativa a la actitud empresarial, el 35% dijo que siendo adultos si les gustaría trabajar en el departamento que participaron mediante el desarrollo del subprograma pues se dieron cuenta que tienen esas habilidades y el interés de llevarlos a la práctica en un futuro y porque tienen esa actitud empresarial; en la categoría de interés personal, el 31% lo haría porque tendría un beneficio personal pues ellos comenta que serían su propio jefe y así ganar dinero y tener bienes materiales, el 7% lo haría porque les gustan las matemática y el 15% comenta que no tiene interés alguno, ya que no tiene habilidades empresariales o porque simplemente no le gusta.

Estos resultados confirman lo que se dice en el sentido de que los niños reciben Educación en Emprendimiento en etapas tempranas se estarán sentando las bases para que a medida que crecen aprendan, reconozcan y aprovechen las diversas formas de generar empleos, se prepararían para identificar buenas y rentables oportunidades de negocios en lugar de depender de un empleo en una empresa, desarrollando las habilidades de ser emprendedores contribuyendo así mejores condiciones de vida según FESE, (2011).

En la pregunta ¿Has descubierto capacidades nuevas en ti o en tus compañeros?, se encontraron cinco categorías mismas que se presentan en la tabla 10.

Tabla 10. Descubrimiento de nuevas habilidades de emprendurismo

Pregunta: ¿Has descubierto capacidades nuevas en ti o en tus compañeros? ¿Cuáles?			
Categoría	Conteo Afirmativo	%	Afirmaciones
Prácticas de las Habilidad	10	38	• En que cada uno hace sus cosas • Si, la de unos empresarios • Vender y cocinar • Que se pusieron más práctico • Di muchas ideas como el logotipo y nombre de la empresa • Si en las cuentas • Descubrir oportunidades en donde ofrece • Saber que es una empresa • Aprendí hacer carteles • A hacer dibujos
Habilidad de emprendurismo	7	27	• La habilidad de persuasión • Que son más listos y que saben escuchar • Ahora se escuchar a mis compañeros • El convencimiento a las personales para que compraran los productos • A escucharlos • Decir opiniones • A escuchar a mis compañeros
Trabajo en equipo	4	15	• Hacer cosas en equipo, hacer cuentas • Que podemos trabajar en equipo y he aprendido a trabajar con mis compañeros • Trabajar en equipo
Ser responsable	3	12	• Planear las actividades antes de realizarlas • Ser responsable • Ser más responsable

Otra	1	4	• Que soy jugador
Totales	25	84%	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

En la categoría de práctica de habilidades se puede apreciar que el 38% de los niños contestaron que pudieron ver en sus compañeros la habilidad de poner en práctica las cosas, aprendieron a hacer carteles, a dibujar, a relacionarse con los demás y descubrieron oportunidades de ofrecer los productos. En la categoría de habilidad de emprendurismo, el 27% descubrió tener la habilidad de persuasión, escuchar a los demás compañeros y convencer a los compañeros. En la categoría trabajo en equipo, el 15% afirmó que descubrieron la habilidad de trabajar en equipo y el 12% de ser responsables. Por último, el 4% asegura que no descubrió ninguna habilidad ya que es un jugador.

Los resultados obtenidos concuerdan con lo expresado por Damián (2013), en su segundo enfoque de la educación en emprendurismo que denomina “social” en el cual asigna a dicha enseñanza el desarrollo de atributos personales y conjuntos de competencias transversales generales que si bien conforman la base de la mentalidad y el comportamiento empresarial, también les serán de utilidad al individuo en todo aspecto y a lo largo de su vida.

En el análisis de contenido de la última pregunta abierta ¿Cuéntanos un problema que hayan tenido y cómo consiguieron solucionarlo?, se obtuvieron tres categorías con sus respectivos contenidos que se presentan en la tabla 11.

Tabla 11. Problemas surgidos durante el subprograma y su solución

Pregunta: ¿Cuéntanos un problema que hayan tenido y como consiguieron solucionarlo?			
Categoría	Conteo	%	Afirmaciones
Desacuerdo del grupo	6	23	• Que algunos no querían ofrecer y a lo último lo hicimos, después no se ponían de acuerdo • Definir las promociones y descuentos, tuvimos que ponemos de acuerdo para definir

			• Tomar decisiones grupales porque otros querían otra cosa pero después con la comunicación se resolvió • Problemas en el equipo, platicando y escuchando a los demás • Cuando no nos poníamos de acuerdo en el nombre de la empresa y se eligió por votación de todos • Cuando una niña quería ir a otro lado a vender y yo a otro lado y le dije que yo y ella fuéramos a un lado primero y ahí le encontramos solución
Sustitución de puesto	1	3	• Cuando se salieron unos compañeros y vimos la manera de sustituirlos reorganizando los puestos
Acuerdo total	1	3	• Siempre nos poníamos de acuerdo
Total	26	100	

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

Tal como se muestra en la tabla anterior, el 23% manifestaron que tuvieron desacuerdos grupales que fueron desde cómo poner el nombre a la empresa, cómo definir las promociones de los productos, tomar decisiones en grupo y el delegar responsabilidades entre otros; en la categoría de sustitución de puesto el 3% señalaron que tuvieron problemas pues cuando algunos de sus compañeros abandonaron el subprograma se buscó la manera de sustituir a alguien más en el puesto, mientras que el 3% dijeron que no tuvieron ningún tipo de problemas o desacuerdos. Esto concuerda con lo que dice Uribe y De Pablo (2011), en el sentido de que la educación y capacitación en emprendimiento desempeña un papel clave en el desarrollo de actitudes pues, el saber hacer es necesario para estimular el potencial de innovación de los estudiantes e influye en los procesos de socialización y adaptación.

5.4. Evaluación de los términos teóricos básicos de emprendurismo.

En este apartado se presenta la evaluación que se hizo a la definición proporcionada por los niños participantes del subprograma de 12 términos básicos de emprendurismo que define y propone la FESE. Dicha evaluación fue efectuada en dos momentos, es decir, antes y después del subprograma y para lo cual se utilizó

una Escala de Respuesta Múltiple que propone Damián (2013), en donde 1: Respuesta ingenua (definición incorrecta), 2: Respuesta plausible (definición con algunos elementos correctos) y, 3: Respuesta adecuada (definición correcta).

La tabla 12 muestra las frecuencias y las puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo obtenidos antes de iniciar el subprograma.

Tabla 12. Frecuencias y puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo antes del subprograma

TÉRMINOS	DEFINICIÓN DE FESE	ESCALA DE RESPUESTAS*			
		1	2	3	MEDIA
Capital semilla	Apoyo financiero inicial o el dinero para el arranque de un negocio.	24	8	5	1.48
Libro de cuentas	Registro escrito donde se anotan todos los ingresos y gastos del negocio, el dinero que entra y sale del negocio, junto con el concepto y la fecha.	18	14	5	1.64
Mercadotecnia	Actividades de la empresa para planear productos que satisfacen necesidades de la gente, asignarles precios, promover y distribuirlos a los clientes para que la empresa pueda venderlos.	5	25	7	2.05
Difusión	Dar a conocer a los clientes la existencia, características y ventajas del producto.	7	27	3	1.89
Organigrama	Representación gráfica que muestra la estructura de la empresa, las áreas que la forman, y las relaciones entre dichas áreas.	23	14	0	1.36
Captación	Actividades que hacen las empresas para atraer a la clientela y ser más preferidos que la competencia.	1	27	9	2.21
Público objetivo	Conjunto de personas al que se dirigen las acciones de mercadotecnia y/o al que se quiere venderle el producto.	10	26	1	1.75
Ganancia	Lo que la empresa obtiene por la venta de productos; es la diferencia del precio de compra de un producto y el precio de venta del mismo.	0	7	30	2.81
Inversión	Dinero que se pone a disposición de una empresa o de un proyecto empresarial con el fin de que el mismo se incremente como producto de las ganancias que se generen.	0	21	16	2.43
Costo marginal	Costo total de un producto teniendo en cuenta no sólo los costos de producción, sino también los de Mercadotecnia.	8	18	11	2.08

Beneficio	Diferencia entre los ingresos obtenidos por la empresa durante un año y los gastos o egresos necesarios para obtener esos ingresos.	8	22	7	1.97
Línea de negocios	La empresa tiene varios negocios donde cada uno tenga productos y procesos diferentes y donde también los mercados o clientes sean diferentes.	28	9	0	1.24
Total de puntuaciones medias antes del taller:					1.90

* 1: Respuesta ingenua; 2: Respuesta plausible; 3: Respuesta adecuada.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

La tabla 12 muestra que antes de iniciar el subprograma, 7 de los 12 términos definidos por los niños alcanzaron una puntuación media por debajo de 2, es decir las definiciones proporcionadas por los niños se encontraban entre una idea incorrecta (ingenua) a regular (plausible) y, podemos apreciar que los términos más críticos con una media de 1.24 fueron la definición de *Línea de negocios* en donde 28 de los niños proporcionaron una definición incorrecta (ingenua) y 9 dieron una definición plausible, seguida del término *Organigrama* con una media de 1.36 donde 23 de los niños dieron una respuesta incorrecta (ingenua) y 14 dieron una respuesta regular.

En cuanto al término *Capital semilla*, 24 de los niños proporcionaron una definición incorrecta (ingenua) y sólo 5 proporcionaron una respuesta adecuada alcanzando una puntuación media de 1.48; con una media de 1.64 se encuentra el término *Libro de cuentas* en donde 18 niños dieron una respuesta incorrecta, 14 dieron una respuesta regular y 5 dieron una respuesta buena; en el término *Público objetivo* con una media de 1.75, 26 niños dieron una respuesta regular, 10 dieron una respuesta incorrecta y sólo uno proporcionó una definición correcta; con una media de 1.89 para el término de *Difusión*, 27 niños dieron una respuesta regular, 7 dieron respuesta incorrecta y 3 lo definieron correctamente. Por último, en el término *Beneficio* con una media de 1.97, 22 de los niños dieron una respuesta regular, 8 de manera incorrecta y 7 dieron una respuesta correcta.

No obstante los resultados anteriores, es interesante percibir que la calidad de las definiciones de los términos y, por ende, de las puntuaciones medias alcanzaron niveles muy superiores después de que concluyó el subprograma, pues la mayoría de las puntuaciones se inclinaron hacia respuestas adecuadas (>2) y, en algunos casos alcanzaron el valor más alto (3) de la escala utilizada. En la tabla 13 se presentan las frecuencias y las puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo obtenidos una vez que concluyó el subprograma.

Tabla 13. Frecuencias y puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo después del subprograma

TÉRMINOS	DEFINICIÓN DE FESE	ESCALA DE RESPUESTAS*			
		1	2	3	MEDIA
Capital semilla	Apoyo financiero inicial o el dinero para el arranque de un negocio.	1	5	19	2.72
Libro de cuentas	Registro escrito donde se anotan todos los ingresos y gastos del negocio, el dinero que entra y sale del negocio, junto con el concepto y la fecha.	1	3	21	2.80
Mercadotecnia	Actividades de la empresa para planear productos que satisfacen necesidades de la gente, asignarles precios, promover y distribuirlos a los clientes para que la empresa pueda venderlos.	1	6	18	2.68
Difusión	Dar a conocer a los clientes la existencia, características y ventajas del producto.	1	2	22	2.84
Organigrama	Representación gráfica que muestra la estructura de la empresa, las áreas que la forman, y las relaciones entre dichas áreas.	2	4	19	2.68
Captación	Actividades que hacen las empresas para atraer a la clientela y ser más preferidos que la competencia.	1	1	23	2.88
Público objetivo	Conjunto de personas al que se dirigen las acciones de mercadotecnia y/o al que se quiere venderle el producto.	0	0	25	3.00
Ganancia	Lo que la empresa obtiene por la venta de productos; es la diferencia del precio de compra de un producto y el precio de venta del mismo.	0	2	23	2.92
Inversión	Dinero que se pone a disposición de una empresa o de un proyecto empresarial con el fin de que el mismo se incremente como producto de las ganancias que se generen.	0	3	22	2.88

Costo marginal	Costo total de un producto teniendo en cuenta no sólo los costos de producción, sino también los de Mercadotecnia.	1	2	22	2.84
Beneficio	Diferencia entre los ingresos obtenidos por la empresa durante un año y los gastos o egresos necesarios para obtener esos ingresos.	2	2	21	2.76
Línea de negocios	La empresa tiene varios negocios donde cada uno tenga productos y procesos diferentes y donde también los mercados o clientes sean diferentes.	1	0	24	2.92
Total de puntuaciones medias antes del taller:					2.82

* 1: Respuesta ingenua; 2: Respuesta plausible; 3: Respuesta adecuada.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

La tabla anterior muestra que los 7 términos que alcanzaron una puntuación media por debajo de 2 antes de iniciar el subprograma tuvieron una puntuación más alta después de concluir el mismo. Así, por ejemplo, el término *Línea de negocios* con una media inicial de 1.24 después del subprograma obtuvo una media de 2.92 en donde 24 niños proporcionaron respuestas correctas y sólo un niño dio una respuesta incorrecta. El término *Organigrama* antes del subprograma tenía una media de 1.36 y después del mismo alcanzó una media de 2.68, donde 19 niños dieron respuestas correctas, 4 dieron respuestas regulares y 4 dieron respuestas incorrectas. El término *Capital semilla* con una media de 1.48 antes del subprograma, al concluir éste alcanzó una media de 2.72 donde 19 de los niños proporcionaron una definición correcta, 5 dieron respuestas regulares y sólo un niño dio una respuesta incorrecta.

El término *Libro de cuentas* antes del subprograma tuvo una media de 1.64 y después del mismo una media de 2.80 en donde 21 niños dieron respuestas correctas, 3 dieron respuestas regulares y uno dio respuesta incorrecta. En cuanto al término *Público objetivo* se encontró antes del subprograma una media de 1.75 y después del taller una media de 3.00 donde todos los niños que concluyeron el subprograma definieron correctamente dicho término, mostrando claramente que los niños mejoraron su definición con respecto a este término. El término de *Difusión* tuvo una media de 1.89 antes del subprograma y después del mismo alcanzó una

media de 2.84 donde 22 niños dieron respuestas correctas, 2 dieron respuestas regulares y 1 dio respuesta incorrecta.

El término *Beneficio* antes del subprograma tuvo una media de 1.97, pero al concluirlo se tuvo una media de 2.76 en donde los 21 de los niños dieron respuestas correctas y 2 de manera regular y 2 de los niños dieron respuesta incorrecta. El hecho de que las puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo al término del subprograma se incrementaran considerablemente, es prueba de que los niños pueden apropiarse a edad temprana de conceptos teóricos de la educación en emprendimiento (Sarmiento, 2010; Damián, 2013).

En la tabla 14 se muestra el análisis comparativo de las puntuaciones medias de los términos básicos del emprendurismo antes y después del subprograma.

Tabla 14. Comparación de puntuaciones medias de los términos básicos de emprendurismo antes y después del subprograma

TÉRMINOS	DEFINICIÓN DE FESE	PUNTUACIONES MEDIAS		
		Antes del subprog	Después del subprog	Diferencia
Capital semilla	Apoyo financiero inicial o el dinero para el arranque de un negocio.	1.48	2.72	1.24
Libro de cuentas	Registro escrito donde se anotan todos los ingresos y gastos del negocio, el dinero que entra y sale del negocio, junto con el concepto y la fecha.	1.64	2.80	1.16
Mercadotecnia	Actividades de la empresa para planear productos que satisfacen necesidades de la gente, asignarles precios, promover y distribuirlos a los clientes para que la empresa pueda venderlos.	2.05	2.68	0.63
Difusión	Dar a conocer a los clientes la existencia, características y ventajas del producto.	1.89	2.84	0.95
Organigrama	Representación gráfica que muestra la estructura de la empresa, las áreas que la forman, y las relaciones entre dichas áreas.	1.36	2.68	2.04
Captación	Actividades que hacen las empresas	2.21	2.88	0.67

	para atraer a la clientela y ser más preferidos que la competencia.			
Público objetivo	Conjunto de personas al que se dirigen las acciones de mercadotecnia y/o al que se quiere venderle el producto.	1.75	3.00	1.25
Ganancia	Lo que la empresa obtiene por la venta de productos; es la diferencia del precio de compra de un producto y el precio de venta del mismo.	2.81	2.92	0.11
Inversión	Dinero que se pone a disposición de una empresa o de un proyecto empresarial con el fin de que el mismo se incremente como producto de las ganancias que se generen.	2.43	2.88	0.45
Costo marginal	Costo total de un producto teniendo en cuenta no sólo los costos de producción, sino también los de Mercadotecnia.	2.08	2.84	0.76
Beneficio	Diferencia entre los ingresos obtenidos por la empresa durante un año y los gastos o egresos necesarios para obtener esos ingresos.	1.97	2.76	0.79
Línea de negocios	La empresa tiene varios negocios donde cada uno tenga productos y procesos diferentes y donde también los mercados o clientes sean diferentes.	1.24	2.92	1.68
Total de puntuaciones medias antes y después del taller:				11.73

* 1: Respuesta ingenua; 2: Respuesta plausible; 3: Respuesta adecuada.

Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario que se aplicó.

Como se puede apreciar en la tabla 15, fueron cinco los términos básicos de emprendurismo cuyas puntuaciones medias mejoraron considerablemente después del subprograma, así el término *Capital semilla* con una media inicial de 1.48 y una media final de 2.72 tuvo una diferencia de 1.24; el término *Organigrama* presentó una media inicial de 1.36 y una media al finalizar el subprograma de 2.68 arrojando una diferencia de 2.04; en cuanto al término de *Libros de cuentas* su media antes del subprograma fue de 1.64 y al finalizar fue de 2.80 haciendo así una diferencia de 1.16; el término *Público objetivo* antes del subprograma tenía una media de 1.75 y después del mismo una media de 3.00 alcanzando una diferencia de 1.25; el término

Línea de negocio antes del subprograma alcanzó una media de 1.24 y después una media de 2.92 haciendo una diferencia de 1.68.

Los resultados anteriores muestran que los valores medios de los 12 términos en general lograron una mejora notable después de que los niños concluyeron el subprograma, lo que bien es indicativo de su nivel de apropiación de temas teóricos sobre emprendurismo como resultado de recibir capacitación en la temática. Para comprobar si las diferencias en las puntuaciones medias obtenidas por los niños antes y después del subprograma eran considerables, se realizó una prueba t de la diferencia de dos muestras relacionadas, pues mediante ésta técnica estadística es posible identificar la existencia de diferencias significativas o importantes en los valores medios de dos muestras (Ferrán, 2001). Los resultados de la prueba t se muestran en las tablas 15 y 16.

Tabla 15. Estadísticos de muestras relacionadas

	N	Media	Desviación típica.	Error típico de la media
Antes del subprograma	35	1.90	.453	.130
Después del subprograma	26	2.82	.101	.029

La tabla 16 muestra que en conjunto los 12 términos básicos de emprendurismo alcanzaron una puntuación media antes del subprograma de 1.90 y después del mismo se obtuvo una media de 2.82, con lo cual se demuestra que el objetivo del subprograma acerca de proporcionar conocimientos teóricos sobre emprendurismo a los niños se alcanzó, afirmación que se comprueba según los resultados de la prueba t que se muestran en la tabla 16.

Tabla 16. Prueba t de la diferencia de dos muestras relacionadas

	Valor de prueba = 0					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
					Inferior	Superior
Antes del subprograma	14.59	34	.000	1.90	1.62	2.19
Después del subprograma	96.58	25	.000	2.82	2.76	2.89

En la tabla 16 se muestra que el valor crítico obtenido en la prueba es muy pequeño (0.000), por lo que se concluye que el nivel de conocimientos teóricos que los niños mostraron después de concluir el taller es significativamente mayor que el del inicio.

5.5. Evaluación de la estructura del plan de negocios establecido por la FESE.

A continuación se presenta el análisis efectuado a los ocho Planes de Negocios elaborados por los niños que participaron en el subprograma: Mi primera empresa: “emprender jugando”. Cabe aclarar que los niños se integraron en ocho equipos de trabajo y en cada uno de ellos se desarrolló y se llevó a cabo una idea de negocio del cual prepararon el plan de negocios correspondiente. Para llevar a cabo el análisis de los planes de negocio y comprobar que éstos contenían los elementos mínimos que propone la FESE, se diseñó una escala estimativa que incluyó tres niveles: 1 (No presenta elementos mínimos), 2 (Presenta medianamente elementos mínimos y; 3 (Presenta todos los elementos mínimos). Como ya se comentó en el capítulo de metodología, en la evaluación de los planes de negocio se empleó el método *Delphi*, para ello primeramente la tesista evaluó los planes de negocio, después hizo lo mismo el director de la tesis y dos panelistas externos.

Contrastando las evaluaciones del tesista, del director y las de los dos panelistas externos fue posible obtener consensos de opinión y evaluar objetivamente los planes de negocios, mismos en las que por razones de espacio se utilizó la siguiente nomenclatura para denominar a las mini empresas creadas por los niños: A (Tortas “Dany”), B (Hotkeada de Tuxtepec), C (Paletones), D (Super Pay de los pequeños empresarios), E (Elotes y esquites “La América”), F (Gelatinas y flanes

del Sureste), G (Los Fantásticos) y, H (Palomitas y chicharrones “La Mexicana”). Cabe aclarar que en la medida de lo posible, los apartados del plan de negocio que fueron evaluados en esta tesis se hacen acompañar de fotografías que muestran las diversas actividades que los niños desarrollaron para poner en práctica su plan de negocios.

Tabla 17. Evaluación de la Introducción y descripción del negocio

Elemento del Plan de Negocios	Mini Empresas							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Introducción	3	3	3	3	3	3	3	3
Resumen ejecutivo	3	3	3	3	3	3	3	3
I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO: INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA								
Nombre, logo y slogan	3	3	3	3	3	3	3	3
Breve historia de la empresa	3	3	3	3	3	3	3	3
Naturaleza y constitución de la empresa	3	3	3	3	2	3	2	2
Sector de producción	1	1	3	3	3	3	3	1
Aspecto externo de la empresa	1	1	3	3	1	1	1	1
Cultura organizacional	3	3	3	3	3	2	3	3
Producto	3	3	3	3	3	1	3	3

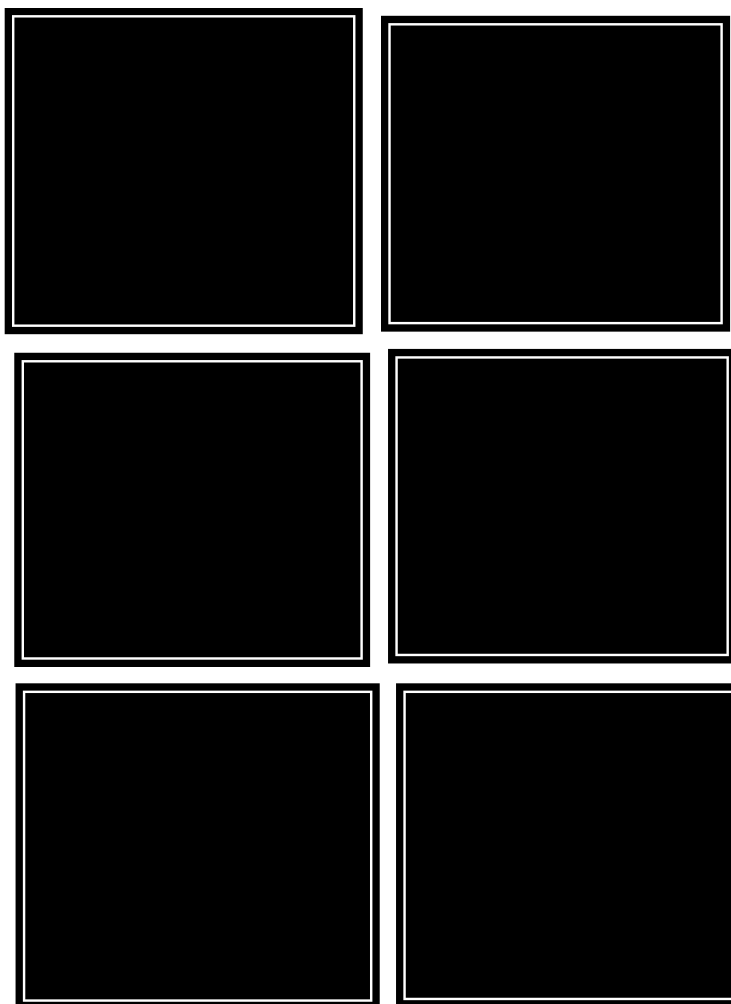
Fuente: Elaboración propia.

* 1: no presenta; 2: presenta casi completo; 3: presenta completo.

Se puede apreciar en la tabla 17 que los 8 equipos presentaron información completa de la introducción y el resumen ejecutivo de sus planes de negocios cumpliendo así con todos los elementos que establece FESE para una elaboración de plan de negocio. En el apartado de la descripción del negocio, las siguientes fotografías son evidencia de que los 8 equipos presentaron información completa en cuanto al nombre, logo y slogan para identificar a la mini empresa y a su producto.

Figura 6. Nombres, logos y slogan de las mini empresas.





Fuente: Imágenes tomadas de los planes de negocio.

De igual manera, todos los equipos presentaron información completa de la historia de la empresa, mientras que en la naturaleza y constitución de la empresa 3 de los 8 equipos presentaron incompleta la información, ya que no presentaron el acta constitutiva de la empresa y sólo mencionaron la naturaleza de la misma de una manera sencilla. A continuación se presenta a modo de ejemplo un acta constitutiva elaborada por los niños de una de las mini empresas.

Tabla 18. Ejemplo de acta constitutiva de una mini empresa.

ACTA CONSTITUTIVA DE HOTKEADA DEL SURESTE S.A. DE C.V.	
En la Ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec Oaxaca el 26 de Noviembre del 2011, compareciendo <u>Judith Flores, Jonathan Hidalgo, Eduardo Carrasco, Roberto Carlos Vidal y Regina Martínez</u> quiénes manifiestan: Que han convenido a constituir una empresa y para tal efecto, se solicitó y se obtuvo permiso de la Cámara de Comercio de Tuxtepec Oaxaca. Otorga las siguientes:	
CLAUSULAS	
PRIMERA. Los niños emprendedores constituyen una empresa que se denominará "Hotkeada del Sureste S.A. DE C.V". SEGUNDA.- La empresa se va a dedicar a producir Hot Cakes, además de comercializar sus productos. TERCERA.- El capital inicial (semilla) con el cual abren operaciones lo constituye la cantidad de \$1, 000.00 (MIL PESOS 00/100 M. N.) CUARTA.- El capital ha sido otorgado por la FESE y ha sido pagado EN EFECTIVO, con el compromiso de que los niños hagan uso eficiente del mismo y obtengan utilidades a través del trabajo que van a realizar. QUINTA.- Al final de los seis meses, que es la duración de la empresa, las ganancias obtenidas serán repartidas en partes iguales a los socios. SEXTA.- El domicilio de la empresa es en la Ciudad de Tuxtepec, Oaxaca en la Escuela Primaria Benito Juárez con Clave 20DPR396F, Colonia el Edén. SEPTIMA.- La empresa tendrá nacionalidad Mexicana OCTAVA.- La empresa tendrá un Gerente General, y un Director por cada una de las cuatro Direcciones, quienes cumplirán con sus obligaciones para guiar a la empresa al logro de sus objetivos y generación de utilidades. NOVENA.- Se obligan también a cumplir con evidencias de sus operaciones en el mercado.	
Firma de los interesados:	
_____ Judith Flores	_____ Jonathan Hidalgo
_____ Roberto Carlos Vidal	_____ Eduardo Carrasco.
_____ Regina Martínez	_____ Cipriano Yescas Pérez. Asesor

Fuente: Tomada del plan de negocio de la mini empresa Hotkeada del Sureste S.A. de C.V.

En cuanto al apartado de sector de producción, sólo 5 equipos presentaron completa la información acerca de cuál sería el sector al que se enfocaría su empresa y 3 de los equipos no presentaron información. En el apartado de aspecto externo de la empresa 6 de los 8 equipos no mencionaron esa información ya que no comercializarían sus productos en otras ciudades y no tendrían proveedores como las tiendas grandes y no necesitarían maquinaria sofisticada para elaborar sus productos. El 88% de los equipos presentaron información completa de la cultura organizacional integrada por la misión, visión y valores de la empresa y, por último en cuanto a la información sobre el producto, 7 equipos de 8 describieron completamente las características del producto que elaboraron y que vendieron.

En la tabla 19 se presenta la evaluación del segundo y tercer apartado del plan de negocio que consiste en el estudio administrativo o de organización y el estudio de mercado.

Tabla 19. Evaluación del estudio administrativo y estudio de mercado

II. ESTUDIO ADMINISTRATIVO O DE ORGANIZACIÓN								
	Mini Empresas							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Definición de objetivos	3	3	3	3	3	3	3	3
Estructura Organizacional	3	3	3	3	3	3	3	3
III. ESTUDIO DE MERCADO								
Tamaño del mercado y tendencias	1	3	3	3	3	3	3	3
Perfil del segmento	3	3	3	3	3	3	3	3
Competencia	1	3	3	3	3	1	3	3
Pronostico de venta o ventas estimadas	3	3	3	3	3	3	3	3
4 p's comercialización	3	3	3	3	3	3	3	3
Investigación de mercado	1	1	3	3	3	1	1	3

Fuente: Elaboración propia.

* 1: no presenta; 2: presenta casi completo; 3: presenta completo.

En cuanto al apartado II, estudio administrativo o de organización, los 8 equipos establecieron claramente los objetivos mismos que les ayudarían como fuente de motivación y para establecer las expectativas que esperarían como empresas.

En cuanto a la estructura organizacional, la información fue presentada de manera completa ya que los 8 equipos diseñaron y presentaron su organigrama en el que mostraron las funciones de cada uno de los integrantes de la empresa.

En el apartado de estudio de mercado, 7 de los 8 equipos presentaron información completa del tamaño del mercado y tendencias y sólo un equipo (Tortas “Dany”) no presentó dicha información; los 8 equipos presentaron información completa del perfil del segmento de mercado ya que definieron a qué tipo de personas se iba a ofrecer los productos. En cuanto a la competencia 6 equipos describieron a su competencia directa o indirecta y 2 de los equipos no presentaron dicha información. En el pronóstico de ventas o ventas estimadas los 8 equipos presentaron detalladamente las ventas estimadas, de sus productos. Los 8 equipos utilizaron y describieron las 4 p’s de mercadotecnia para la producción y comercialización de sus productos, información que fue corroborada a través de las siguientes imágenes.

Fotografía 1. Producto de la mini empresa Hotkeada de Tuxtepec S.A. de C.V.



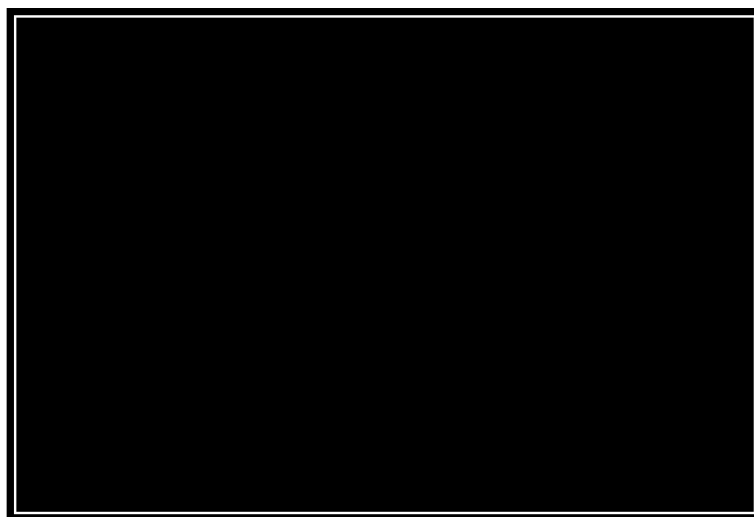
Fuente: Fotografía tomada por Cipriano Yescas Perez.

Fotografía 2. Producto de la mini empresa Los fantásticos S.A. DE C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Víctor García González.

Fotografía 3. Producto de la mini empresa Tortería Los Ángeles S.A DE C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Osiris Martínez López.

En algunos casos los puntos de venta que utilizaron los niños fueron lugares públicos tales como parques, plazas y unidades deportivas de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, tal como se puede apreciar en las imágenes de la mini empresa Gelatinas y flanes del Sureste, los Paletones y Los Fantásticos, mientras que otros decidieron efectuar las ventas a través de visitas domiciliarias en su colonia o comunidad (Tortas Dany).

Fotografía 4. Punto de ventas de la mini empresa Gelatinas y Flanes del Sureste S.A DE C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Reyna Iralda Ortega Terán.

Fotografía 5. Punto de ventas de la mini empresa Paletones S.A de C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Navia Damara Tovar Cruz.

Fotografía 6. Punto de ventas de la mini empresa Súper Pay de los Pequeños Empresarios S.A. de C.V.



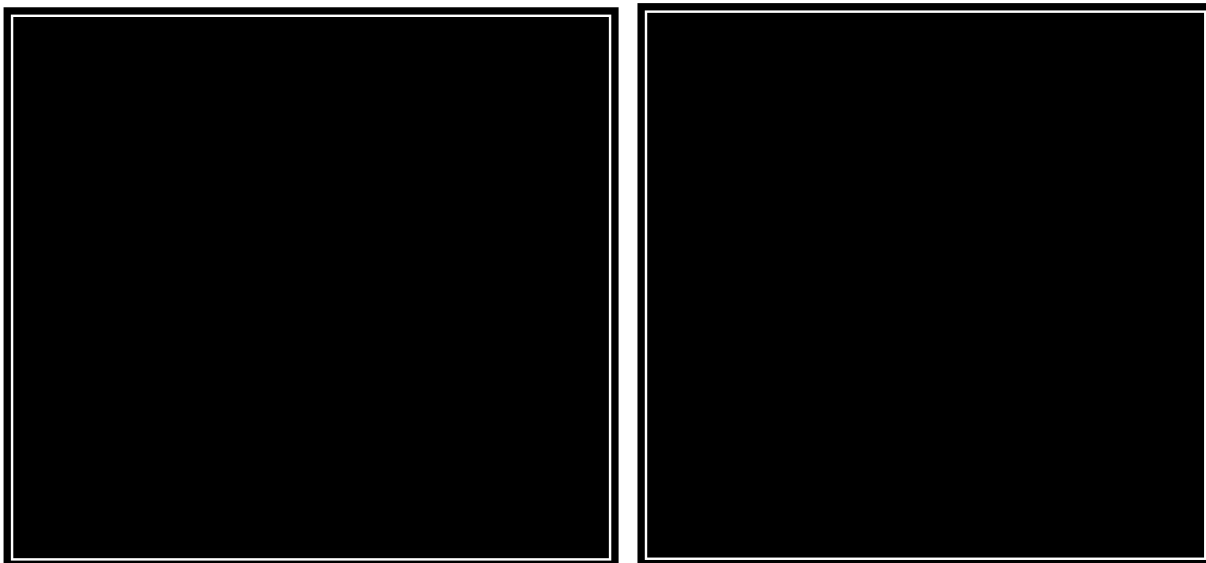
Fuente: Fotografía tomada por María Magdalena Cruz Merino.

Fotografía 7. Punto de ventas de la mini empresa Los Fantásticos S.A. de C.V.



Fuente: Fotografía proporcionada por Víctor García González.

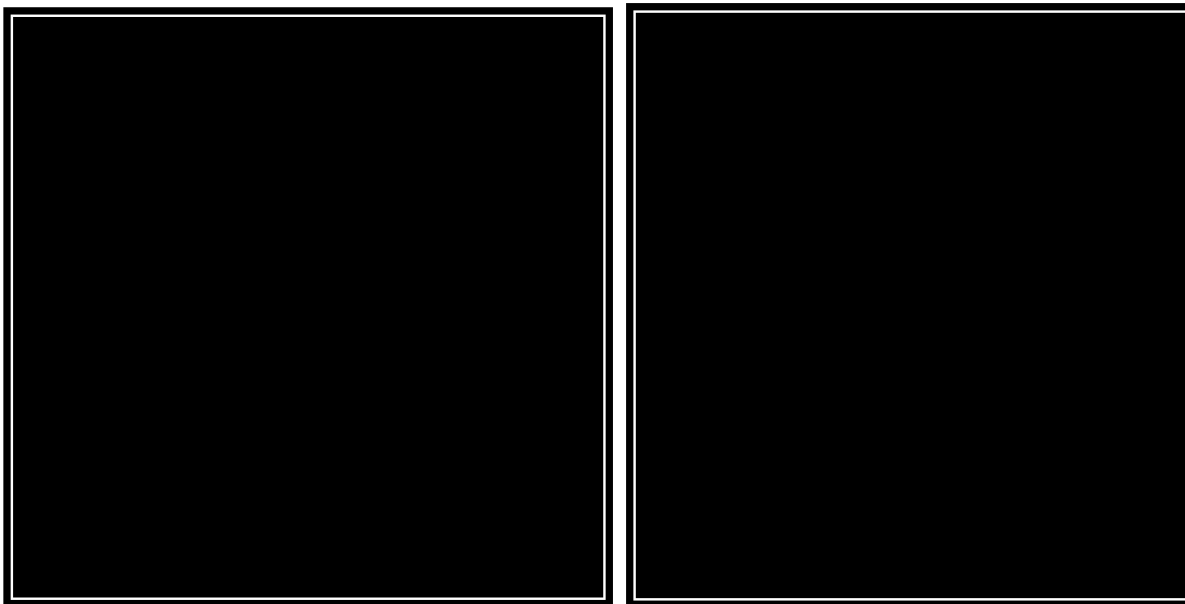
Fotografía 8. Punto de ventas de la mini empresa Tortería Los Ángeles S.A de C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Osiris Martínez López.

Y para dar a conocer sus productos los niños emplearon publicidad mediante carteles mismos que ellos elaboraron, tal como se aprecia en las siguientes fotos:

Fotografía 9. Promoción de la mini empresa Elotes y Esquites La América S.A de C.V



Fuente: Fotografía tomada por Jonás Domínguez Castillo.

En cuanto a la investigación de mercado 4 equipos emplearon la entrevista dentro de la colonia o población así como al personal de la institución (escuela primaria), obteniendo información valiosa para definir los gustos y preferencias del mercado meta al que incursionaron; sin embargo, llama la atención que 4 de los equipos no emplearon ninguna investigación de mercado.

En la siguiente tabla 20 se presenta la evaluación del apartado de estudio técnico del plan de negocio que elaboraron los 8 equipos de niños participantes.

Tabla 20. Evaluación del Estudio técnico

IV. ESTUDIO TÉCNICO								
	Mini Empresas							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Tamaño de la planta	1	1	1	1	1	1	1	1
Diagrama de distribución de la planta	1	1	1	1	1	1	1	1
Medida de seguridad	1	1	1	1	1	1	1	1
Localización geográfica de la empresa	1	1	1	1	1	1	1	1
Proceso de producción	1	3	3	3	1	1	1	1
Diagrama del proceso de producción	1	1	1	1	1	1	1	1
Maquinaria y/o herramienta de trabajo	1	3	1	3	1	1	1	1
Capacidad de producción o de planta	1	3	1	3	1	1	1	1
Plan de contingencia	1	1	1	1	1	1	1	1
Costo total de producción	3	3	1	1	1	3	3	3
Costo unitario de producción	3	3	1	3	3	3	1	1
Precio de venta	3	3	1	3	1	3	1	1

Fuente: Elaboración propia.

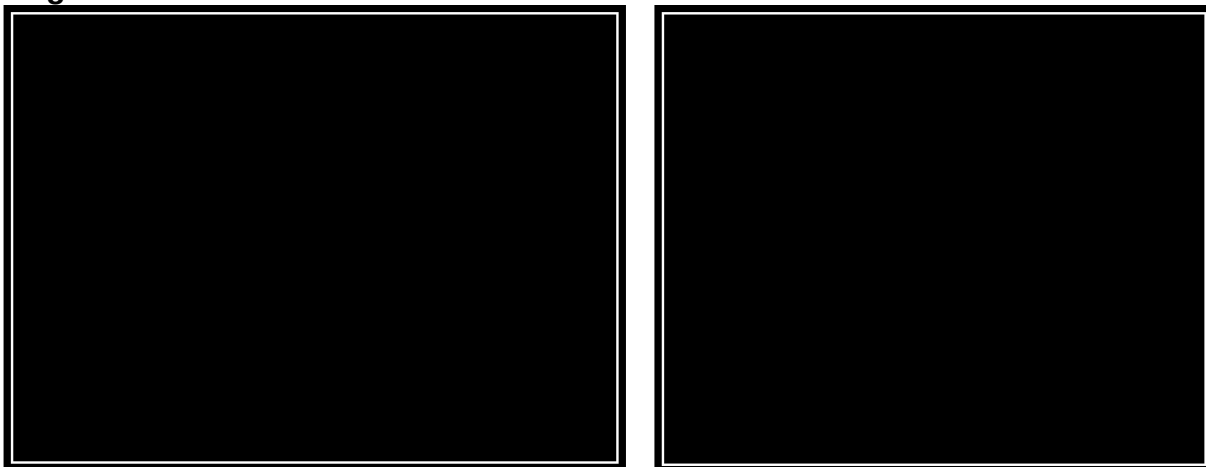
1: no presenta; 2: presenta casi completo; 3: presenta completo.

Tal como se muestra en la tabla 20, ningún equipo presentó información relativa al tamaño de la planta, diagrama de distribución de la planta, medida de seguridad, localización geográfica de la empresa y, diagrama del proceso de producción. Estos resultados quizás puedan explicarse por el hecho de que las mini empresas de los niños son de nueva creación y que los productos que elaboraron no requieren contar con un establecimiento de grandes dimensiones en el cual se distribuyan los espacios según la maquinaria (layout), pues tampoco se requirió de la implementación de maquinaria pesada y, por lo tanto, la producción se caracterizó por ser de tipo artesanal (casera) llevada a cabo en un contexto rural, esto coincide con lo que se menciona en la introducción de este trabajo de que a medida que la

empresa sea compleja, la elaboración del plan de negocio será difícil ya que como se puede apreciar en esta apartado los niños no presento ningun tipo de información ya que sus empresa no requirió maquinarias pesada o establecimiento grande donde pueden implementar maquinarias para la producción ya que su producción son artesanal.

A continuación se presentan algunas fotografías donde se observa que los niños no utilizaron maquinaria especializada ni espacios físicos específicos para elaborar los productos que iban a vender, tal fue el caso de la mini empresa Tortas “Dany” (A) donde sólo utilizaron una olla, una cuchara y un fogón para la elaboración de las tortas de carne polaca.

Fotografía 10. Elaboración de las tortas de la mini empresa Tortería Los Ángeles S.A de C.V.



Fuente: Fotografía tomada por Osiris Martínez López.

En cuanto al proceso de producción, sólo 3 equipos describieron su proceso de producción (Hotkeadas de Tuxtepec, Paletones y Súper pay de los pequeños empresarios). En maquinaria y/o herramienta de trabajo sólo 2 equipos describieron el equipo y utensilios que utilizaron: Hotkeadas de Tuxtepec (una batidora, una estufa, un tanque de gas y sartenes); y Súper pay de los pequeños empresarios (una estufa, moldes, licuadora, utensilios, tazones y batidora).

En la capacidad de producción o de planta sólo 2 equipos determinaron la cantidad exacta de producción que iban a tener, mismos que fueron los que recabaron información en la investigación de mercados.

En el aspecto de Costo total de producción, 5 de los 8 equipos presentaron información completa, en cuanto el costo unitario de producción las mini empresas que presentaron información completa fueron Tortas “Dany”, Hotkeada de Tuxtepec, Súper Pay de los pequeños empresarios, Elotes y esquites “La América” y Gelatinas y flanes del Sureste, mientras que en el aspecto precio de venta éste fue determinado y descrito correctamente por 4 equipos y los otros 4 equipos presentan en precio de venta pero no el procedimiento para determinarlo. En la tabla 21 se presenta la evaluación del estudio financiero desarrollada por los 8 equipos en su plan de negocio.

Tabla 21. Evaluación del Estudio financiero

V. Estudio financiero								
	Mini Empresas							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Estructura del financiamiento	3	3	3	3	3	3	3	3
Balance general	1	1	1	1	1	1	1	1
Estado de resultados	1	1	1	1	1	1	1	1
Flujo de efectivo	3	3	3	3	3	3	3	3
Anexo	1	1	1	1	1	1	1	1
Fuentes de consulta	1	1	3	3	3	3	3	3

Fuente: Elaboración propia.

* 1: no presenta; 2: presenta casi completo; 3: presenta completo.

En la estructura del financiamiento los 8 equipos presentaron la información completa relativa a donde fue obtenido el capital de inicio de su mini empresa, de igual manera en cuanto al flujo de efectivo, los 8 equipos presentaron un panorama general de los ingresos y egresos de su pequeña mini empresa.

Podemos apreciar que en cuanto al balance general y al estado de resultados, no se presentó esta información quizás debido a que para su elaboración es necesario contar con conocimientos más especializados de la teoría contable misma

que no se trató en el desarrollo del subprograma lo que denota un área que debe fortalecerse en cursos futuros, esto con lleva a lo que cita Sarmiento, donde menciona que los niños organiza las concepciones según su edad, en la cual existen tres niveles de pensamiento en este caso los niños participantes se encuentra en el segundo nivel de pensamiento económico subordinado o concreto (de 11 a 15 años) y esto se ve reflejado que los niños no pudieron elaborar el balance general y los resultado ya que no tiene conocimiento especializados que se requiera para hacerlos.

En la tabla 22 se presenta un resumen de los ingresos, egresos y utilidades que obtuvieron las mini empresas, comentando que sólo 7 de los equipos presentó dicha información en su plan de negocio.

Tabla 22. Resumen de utilidad de las mini empresas

CONCEPTOS	Mini Empresas					
	A	C	E	F	G	H
CAPITAL SEMILLA	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00
INGRESO	500.00	585.00	800.00	731.60	252.00	225.00
EGRESO	1,698.50	1,480.00	1,680.00	1,731.60	1,124.50	1,033.21
UTILIDAD	301.50	605.00	620.00	500.00	627.50	691.79

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se puede ver en la tabla 22, la mini empresa Palomitas y Chicharrones la Mexicana (H), tuvo como capital semilla \$ 1,500.00 teniendo así un ingreso de \$ 225.00 y un egreso de \$1,033.21 obteniendo habiendo una utilidad de \$691.79, seguida de esta se encuentra Los Fantásticos (G) donde su capital semilla es de \$1,500.00 y de ingreso \$252.00 con un egreso de 1,124.50 teniendo una utilidad de \$627.50; con una utilidad de \$620.00 podemos ver a la mini empresa de Elotes y Esquites “Las américas”(E), seguida de la mini empresa Paletones(C) con un capital semilla de \$1,500.00, ingresos de \$585.00, egreso de \$1,480.00 teniendo una utilidad de \$605.00; la mini empresa Gelatinas y Flanes del sureste(F) tuvo una capital semilla de \$1,500.00 teniendo además un ingreso de \$731.60 y un egreso de 1,731.60 con una utilidad de \$500.00 y por último se encuentra la mini empresa

Tortas Dany con un capital semilla de \$1,500.00 con un ingreso de \$500.00 y de egreso \$1,698.50 teniendo así una utilidad de \$301.50, cabe aclarar que las utilidades que tuvieron los equipo lo utilizaron para comprar diversos artículos para la escuela tales como escobas, escurridores, caja de marcadores, ventiladores, franelas, mechudos entre otras cosas.

Una vez concluido el análisis del cuestionario y el análisis de los ocho planes de negocios elaborados por los niños participantes del subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”, en el siguiente capítulo se describen las conclusiones de la investigación y así mismo se hacen algunas recomendaciones que se consideran necesarias para mejorar el desarrollo del subprograma.

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones de las diversas etapas del subprograma Mi Primera Empresa: “emprender jugando”. De igual manera se menciona algunas recomendaciones para mejorar la educación en emprendimiento infantil en escuelas de nivel primaria.

6.1. Conclusiones.

Una vez terminado el apartado de resultados fue posible llegar a conclusiones y dar respuesta a las tres preguntas de investigación planteadas al inicio de este trabajo, dichas preguntas y sus respuestas se presentan a continuación:

Pregunta de investigación 1: ¿Pueden aplicar los niños conocimientos teóricos de emprendimiento infantil en el diseño de un plan de negocio?

Se concluye que los niños participantes del subprograma sí aplicaron los conocimientos teóricos de emprendimiento ya que las evidencias muestran que fueron capaces de desarrollar el plan de negocio correspondiente a su mini empresa incluyendo los elementos mínimos que la FESE propone (ver anexo 3). Lo anterior es corroborado pues los ocho equipos de niños desarrollaron los cinco apartados que conforman un plan de negocio tal como se describe a continuación:

Todos los equipos presentaron información completa de la introducción y el resumen ejecutivo de su pequeña mini empresa; en el primer apartado “descripción del negocio”, los niños fueron capaces de crear el nombre, el logo y slogan de su mini empresa y de su producto para así poder identificarla; de igual manera todos los equipos desarrollaron su acta constitutiva, establecieron su misión, visión y valores de sus mini empresa y; describieron las características del producto que elaboraron y vendieron.

En el segundo apartado “estudio administrativo o de organización”, todos los equipos establecieron claramente los objetivos que perseguía su mini empresa y establecieron las expectativas que esperaban como empresas, la estructura organizacional fue presentada de manera completa pues los ocho equipos diseñaron y presentaron su organigrama mostrando las funciones de cada uno de los integrantes así como las líneas de autoridad-responsabilidad y de comunicación.

En el tercer apartado “estudio de mercado”, los ocho equipos presentaron información completa del tamaño del mercado en el cual se enfocaría su producto y definieron el perfil del segmento de mercado; seis equipos fueron capaces de describir correctamente a su competencia directa o indirecta y efectuaron una estimación de las ventas de sus productos y; en cuanto en la 4 p’s de la mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), los 8 equipos desarrollaron y describieron estos aspectos.

En el cuarto apartado “estudio técnico”, los niños describieron el proceso de producción de sus productos así como el diverso equipo y utensilios que utilizaron para tal actividad. En la capacidad de producción los equipos determinaron la cantidad exacta de producción que iban a tener sobre la base de la información de la investigación de mercados que efectuaron. En cuanto al costo total de producción los equipos presentaron información de la misma describiendo cómo obtuvieron el costo unitario del producto; mientras que en el aspecto precio de venta, éste fue determinado y descrito correctamente por cuatro equipos y el resto de los equipos presentaron el precio de venta pero no el procedimiento para determinarlo.

En el quinto apartado “estudio financiero”, los ocho equipos presentaron información completa relativa a la fuente del capital de inicio de su mini empresa. De igual manera en el flujo de efectivo todos los equipos presentaron un registro detallado de los ingresos y egresos de su mini empresa. En el balance general y al estado de resultados no se presentó esta información quizás debido a que para su elaboración es necesario contar con conocimientos más especializados de la teoría

contable misma que no se trató en el desarrollo del subprograma lo que denota un área que debe fortalecerse en cursos futuros.

Los resultados obtenidos en este estudio de caso en particular, nos permiten concluir que los niños sí pueden ser capaces de aplicar o llevar a la práctica los conocimientos teóricos de emprendurismo a edades tempranas, Sin embargo es necesario dar seguimiento a esta investigación mediante otros estudios futuros a fin de corroborar los hallazgos encontrados.

Pregunta de investigación 2: ¿Son los niños capaces de adquirir conocimientos teóricos sobre temas de emprendimiento a edades tempranas?

Se obtuvo evidencia cuantitativa y cualitativa suficiente para responder afirmativamente esta pregunta pues antes del desarrollo del subprograma al definir 12 términos básicos de emprendurismo se encontró que 7 de los 12 términos definidos por los niños alcanzaron una puntuación media por debajo de 2, es decir las definiciones se encontraban entre una idea incorrecta (1: ingenua) a regular (2: plausible), siendo los términos con más baja puntuación media la línea de negocios (1.24), organigrama (1.36), capital semilla (1.48), libro de cuentas (1.64), público objetivo (1.75), difusión (1.89) y, el término beneficio (1.97).

Después del subprograma, los 7 términos que alcanzaron una puntuación media por debajo de 2 antes de iniciar el subprograma tuvieron una puntuación media más alta pues el término *Línea de negocios* con una media inicial de 1.24 después del subprograma obtuvo una media de 2.92, el término *Organigrama* antes del subprograma tenía una media de 1.36 y después del mismo alcanzó una media de 2.68, el término *Capital semilla* antes del programa tuvo una media de 1.48 y al concluir éste alcanzó una media de 2.72; el término *Libro de cuentas* antes del subprograma tuvo una media de 1.64 y después del mismo una media de 2.80; al término *Público objetivo* mostró antes del subprograma una media de 1.75 y después una media de 3.00; el término *Difusión* tuvo una media de 1.89 antes del

subprograma y después del mismo alcanzó una media de 2.84, el término *Beneficio* antes del subprograma tuvo una media de 1.97 pero al concluirlo una media de 2.76.

Cabe aclarar que a fin de corroborar que el incremento en las puntuaciones medias de los términos era significativo, se efectuó la prueba t de la diferencia de dos medias encontrándose que efectivamente los niños habían mejorado las definiciones de los términos una vez concluido el subprograma.

Los resultados anteriores muestran que la calidad de las definiciones de los términos y, por ende, de las puntuaciones medias, alcanzaron niveles muy superiores después de que concluyó el subprograma pues la mayoría de las puntuaciones se inclinaron hacia respuestas adecuadas (>2) y en algunos casos alcanzaron el valor más alto (3) de la escala utilizada. Estos resultados numéricos y las diversas actividades prácticas que desarrollaron los participantes del subprograma nos permiten concluir que en la medida que los niños reciben educación de emprendimiento éstos pueden apropiarse y comprender a edad temprana de conceptos teóricos de emprendimiento, mismos que se pueden ser la base para que ellos aprendan, reconozcan y aprovechen en el futuro las diversas formas de generar empleos, a identificar y desarrollar oportunidades de negocio en lugar de depender de un empleo en una empresa.

Pregunta de investigación 3: ¿Cuáles son las habilidades de emprendimiento infantil que más adquirieron los niños durante el desarrollo del programa?

De acuerdo con los resultados obtenidos se concluye que las habilidades de emprendimiento que más adquirieron los niños durante el desarrollo del subprograma Mi primera empresa: “emprender jugando”, fueron las siguientes:

El 98% de los niños participantes del subprograma afirma haber utilizado la habilidad de organizar y la habilidad de dibujar, el 96% afirma haber adquirido la habilidad de hacer manualidades, el 93% de los niños utilizó la habilidad de flexibilidad, el 91% de los niños mencionó haber adquirido y hacer uso de la habilidad

de planificar, mientras que el 90% afirmó que hicieron uso de habilidades tales como de analizar y de resolver problemas y, el 90% utilizó la habilidad de hacer cálculos.

Estos resultados nos llevan a concluir que son varios los beneficios que reciben los niños que participan en programas de emprendimiento infantil pues en el caso concreto que nos ocupa, los niños desarrollaron habilidades emprendedoras tales como actitudes de liderazgo, hábitos de aprendizaje colaborativo, de trabajo en equipo, desarrollaron competencias tales como orientación al logro de objetivos, fijación de metas, iniciativa, creatividad y desarrollo de proyectos, adquiriendo así conocimientos básicos y competencias que puede trasladar a otros aspectos de su vida.

6.2. Recomendaciones y Observaciones.

A continuación se presentan algunas recomendaciones que a partir de los resultados obtenidos consideramos pertinentes tomar en cuenta para mejorar el desarrollo de las habilidades de emprendimiento en los niños de quinto y sexto grado en las Instituciones de Educación Básica.

1. Es necesario que se implementen de manera formal materias de educación en emprendimiento (EE) en las escuela de educación básica, ya que esto ayudará a los niños a tener conocimiento temprano del mundo empresarial, facilitándoles un contacto con él y ayudándoles a entender el papel de los empresarios en la economía del país y de la región, para ello es importante:
2. Capacitar a los profesores de nivel básico en temas de educación en emprendimiento para darles las herramientas de cómo abordar los contenidos de la EE y así los niños puedan fomentar y desarrollar los conocimientos teóricos de emprendimiento, pues en la formación del profesorado de educación primaria no existe en los planes de estudio materias para la enseñanza de la educación en emprendimiento lo que representa una debilidad para abordar dichos temas en las aulas.

3. Es necesario hacer un programa de capacitación para los maestros de nivel básico con la finalidad de instruirlos en diversas actividades didácticas que garanticen el impulso y desarrollo de habilidades de emprendurismo en los niños, tales como elaboración de proyectos productivos, taller sobre creatividad e innovación, entre otros que contribuyan para que puedan abordar e impulsar con mayor eficacia las capacidades o habilidades emprendedora en los niños.
4. La Universidad del Papaloapan puede fungir como un medio de vinculación con instituciones de nivel básico para generar proyectos de investigación a fin de darle un seguimiento a proyectos tal como fue con el subprograma: Mi Primera Empresa: “emprender jugando”.
5. Que el subprograma se llevará a cabo durante todo el año escolar y no sólo durante un semestre pues de esta manera los niños tendrían más tiempo para la producción y comercialización de sus productos y para poner en práctica sus conocimientos de emprendurismo.
6. Que en la elaboración del plan de negocio no debería pedirse que los niños elaboren y presenten el balance general y el estado de resultados debido a que para su elaboración es necesario contar con conocimientos más especializados de la teoría contable, mismos que no forman parte de los conocimientos de los niños.
7. Para un mayor impacto en el desarrollo de habilidades de emprendimiento se debe evaluar el programa al término del mismo para así poder conocer el grado de avance que tuvo el subprograma y su impacto en los niños y, de ser necesario tomar las decisiones correspondientes que ayuden a mejorar el desarrollo del subprograma.

Referencias bibliográficas.

1. AFLATOUN (2009). *Aflatoun y los objetivos del desarrollo del milenio (MDGs)*. Disponible en: <http://www.aflatoun.org>.
2. CEE (2003). *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*, Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
3. CC-MEYC (2007). *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela*, Madrid: Cámaras de Comercio-Ministerio de Educación y Ciencia.
4. CE (2004). *Ayudar a crear una cultura empresarial. Guía de buenas prácticas para promover las actitudes y capacidades empresariales mediante la educación*, Luxemburgo: Comisión Europea/ Dirección General de Empresa.
5. CE (2006). *Entrepreneurship education in Europe: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. Final proceedings*, Oslo: European Commission/ Ministry of Education and Research-Ministry of Trade and Industry.
6. CE (2009). *El espíritu empresarial en la educación y la formación profesionales*, España: Comisión Europea/ Dirección General de Empresa e Industria.
7. Conduras, A.; Levie, J.; Kelley, D.; Saemundsson, R. y Schott, T. (2010). *Global entrepreneurship monitor specialreport: Una perspectiva global sobre la educación y formación emprendedora*, Global EntrepreneurshipResearchAssociation. Disponible en <http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/gem%20Ed%20and%20Training%2009%20Espanol%201.pdf>
8. Dehter, Mario (2001). *Responsabilidad social de las universidades hispano americanas para la animación de la cultura emprendedora regional*, Buenos Aires: Universidad Nacional de San Martín.
9. Damián Simón, Javier. (2013). "Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria", en *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. Consejo Mexicano de Investigación Educativa, vol. 18, núm. 56, pp. 159-190.
10. Ferrán Aranz, Magdalena (2001). *SPSS para Windows. Análisis estadístico*. Mc Graw Hill. México.
11. FESE (2011). *Manual educativo para asesores. Mi primera empresa "emprender jugando"*, Ciudad de México: Fundación Educación Superior Empresa-ANUIES.

12. FSA (2009). *Financial Service Authority*, disponible en <http://www.fca.org.uk/static/fca/documents/fsa-psd-approach-latest.pdf>
13. García, A. y Wandosell, G. (2004). "Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas. Efectos de la experiencia empresarial", *Boletín de ICE*, num. 2819, pp. 19-36, Madrid: Secretaría de Estado y Comercio.
14. Gibb, A. (2005). "Creating the entrepreneurial university worldwide. ¿Do we need a wholly different model of Entrepreneurship?", ponencia presentada en la *Cuarta Conferencia de Investigación en Entrepreneurship* en Latinoamérica, realizada en Cali, Colombia.
15. González, L. (2005). *Emprendedores para la sociedad del conocimiento*, disponible en: <http://www.medellin.gov.co>
16. Huchín, Laura y Damián, Javier. (2011). "La educación financiera en estudiantes de educación básica. Un diagnóstico comparativo entre escuelas urbanas y rurales". *Revista Ciencias Estratégicas*. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia. 19 (25): pp. 11-34.
17. IHMC (S/F). *Institute for Human and Machine Cognition*, disponible en <http://www.ihmc.us>
18. IRDAC 1994, *Informe Quality and Relevance: The Challenge to European Education*. Industrial Research and Development Advisory Committee of the European Commission, 1994.
19. Landeta, J. (1999). *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Editorial Ariel. Barcelona.
20. Muruais, J. y Sánchez. C. (2012). "Aplicación del Método Delphi para identificar los factores clave de fidelización entre proveedor y cliente del sector eléctrico". *Revista Tecnología y desarrollo*. Vol. X. pp.1-15
21. MICYT-MEYC (2003). *El espíritu emprendedor. Motor de futuro. Guía del profesor*, Madrid: Secretaría General de Educación y Formación Profesional.
22. NCEE (1997). *Voluntary National Content Standards in Economic*, Nueva York: National Council on Economic Education.
23. NCEE (2005). *Survey of the status: Economic and personal finance education in our nation's schools in 2004*, Nueva York: National Council on Economic Education Report.

24. NCEE (2010). *Entrepreneurship Economics. Grade 9-12*, Nueva York: National Council on Economic Education Report.
25. OCDE. (2005). Principios y buenas prácticas para la concienciación y Educación Financiera, disponible en http://www.bde.es/webbde/es/secciones/prensa/EdU_Financiera_final.pdf
26. Paris, Kathleen (1994). *A leadership model for planning and implementing change for school-to-work transition*, Madison, WI.: University of Wisconsin-Madison, Center on Education and Work.
27. Pérez Cachafeiro, Teresa (2010). *Iniciativa emprendedora en la educación en España. Estado de situación y propuestas*, papel informativo núm. 27, Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
28. Rodgers, Yana; Hawthorne, Shelby y Wheeler, Ronald (2007). "Cross-State variation in economics content standards in the primary grades", *Social Education*, (Nueva Jersey), vol. 72, núm. 2, pp. 88-94.
29. Romero, Antonio. (2013). *"Un perfil emprendedor en la educación superior como respuesta a la saturación del mercado de trabajo. Caso: carreras de ciencia y tecnología de la universidad del Papaloapan"*. Tesis inédita de Licenciatura, Universidad del Papaloapan.
30. Sarmiento, María (2005). *Como facilitar el despertar financiero en los niños y niñas*. Psicología económica para el nuevo siglo, Bogotá: El manual moderno.
31. Selamé, Teresita (1999). *Emprendimiento juvenil*, Santiago de Chile: Universidad Santiago de Chile.
32. Uribe, Juan y De Pablo, Jaime (2011). "Revisando el emprendurismo", *Boletín Económico de ICE*, núm. 3021 (Madrid), pp. 53-62.
33. Valls, Núria; Villa, Ana; Martínez, Sara y Hernando Anná (2009). *Emprendimiento Social Juvenil. 18 buenas prácticas*, Barcelona: Fundación Bertelsmann.

ANEXOS

Anexo 1. Estructura del cuestionario



Fundación Educación Superior-Empresa

U

Utilería Documentales

5
Unidad

CUESTIONARIO DE APRENDIZAJE MI PRIMERA EMPRESA

Nombre y Apellidos: _____

Fecha: _____

Nombre de la empresa: _____

1) Cuéntanos, en pocas palabras, lo que sabías de una empresa antes de empezar.

--

2) ¿Cuáles de los siguientes aspectos has mejorado gracias al programa?

Trabajo con los demás	
Conocimiento del funcionamiento de una empresa	
Establecer mis propios objetivos	
Convencer a los demás	
Adaptarse a los plazos	
Aprovechar ideas nuevas	
Planificar	

3) ¿En qué departamento de tu primera empresa estabas?

[] Mercadotecnia [] Producción [] Finanzas [] Otro

4) ¿Qué se hace en un departamento de mercadotecnia?

5) ¿Qué se hace en un departamento de producción?

6) ¿Qué se hace en un departamento de finanzas?

7) ¿Crees que el departamento en el que participaste corresponde bien con tus capacidades y tus intereses?

☐ Sí

☐ No

8) ¿Hubieras preferido estar en otro departamento? ¿Cuál?

☐ Mercadotecnia

☐ Producción

☐ Finanzas

9) ¿Te gustaría trabajar en ese tipo de departamento en una empresa real cuando seas mayor? ¿Por qué?

10) ¿Cuáles de las siguientes habilidades has tenido que emplear?

- ☐ Flexibilidad
- ☐ Organización
- ☐ Cálculo
- ☐ Manualidades
- ☐ Dibujo
- ☐ Planificación
- ☐ Liderazgo
- ☐ Atención al público
- ☐ Análisis
- ☐ Diseño
- ☐ Resolución de problemas
- ☐ Toma de decisiones

11) ¿Has sabido...?

- ☐ Tomar decisiones
- ☐ Delegar responsabilidades
- ☐ Escuchar a tu equipo
- ☐ Incorporar las aportaciones de los demás
- ☐ Añadir tu toque personal
- ☐ Hacerte escuchar por los demás
- ☐ Responder a las peticiones de los demás.

12) ¿Has conseguido...?

- ☐ Cumplir todos los objetivos de tu departamento
- ☐ Que la empresa cumpla sus objetivos

13) ¿Has descubierto capacidades nuevas en ti o en tus compañeros? ¿Cuáles?

14) Cuéntanos un problema que hayas tenido y cómo conseguiste solucionarlo

Conocimientos específicos

¿Eres capaz de definir los siguientes términos? ¡Intentalo con una frase breve!

- Capital semilla: _____
- Libro de cuentas: _____
- Mercadotecnia: _____
- Difusión: _____
- Organigrama: _____
- Captación: _____
- Público objetivo: _____
- Ganancia: _____
- Inversión: _____
- Costo marginal: _____
- Beneficio: _____
- Línea de negocio: _____

Anexo 2. Estructura del Plan de Negocio.



Fundación Educación Superior-Empresa

Elementos de un plan de negocios y conceptos básicos

- **Portada**

Incluye el nombre de la empresa y logotipo, dirección, número de teléfono, dirección de correo electrónico, dirección de página de internet (si es que se tiene una), el nombre y título del director general y una foto del producto o servicio.

- **Índice**

Incluye los números de página en donde se ubica cada tema.

1. INTRODUCCIÓN

Se explica brevemente la razón por la cual se está haciendo el plan de negocios y se subraya los puntos que se creen más importantes para el lector. Debe ser de menos de una página.

2. RESUMEN EJECUTIVO

Síntesis de todo el documento, que da a conocer el panorama general de lo que es el negocio, resaltando lo más importante que deberá captar el inversionista. Es breve de 1 a 2 páginas.

El resumen ejecutivo, se escribe una vez que ya se realizaron todos los aspectos del plan de negocios.

Las siguientes preguntas pueden ser una guía para este resumen

¿Qué producto o servicio va a ofrecer la empresa?

¿Qué necesidades se están cubriendo o qué problema se está solucionando?

¿Cuál es el modelo de negocio (fuente de ingresos principal)?

¿Quiénes son sus competidores (y cuál es tu ventaja competitiva sustentable)?

¿Quiénes son sus clientes y cuál es su mercado objetivo (y tamaño de mercado)?

¿Quién(es) está(n) en el equipo gerencial?

¿Cuál es el estado actual del desarrollo del producto, idea, etc.?

¿Cuánto dinero está buscando obtener para el negocio?

¿Cuál es la valuación de la empresa que está buscando?

¿Cuál es la estructura actual de propiedad de la empresa?





I. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO: INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA

- Nombre, Logo y Slogan

-Nombre. Es el nombre que identifica a la empresa ante la sociedad de forma legal y económica.

-Logo. Es la representación tipográfica del nombre de la marca de la empresa. Funciona como imagen, hace uso de colores, estilos, dibujos, acrónimos, etc.

-Slogan. Es una frase que representa la personalidad de la empresa, por lo general es corta y que se pueda recordar con facilidad.

El logo y el slogan son diseñados a partir de la actividad de la empresa y el producto.

- Breve historia de la compañía

- ⊕ ¿Qué tipo de negocio es?
- ⊕ ¿Mayoreo o menudeo?
- ⊕ ¿Es de manufactura o de servicios?
- ⊕ ¿Cuándo se fundó la empresa?
- ⊕ ¿Cuál es la estructura legal de la empresa (Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, etc.)?
- ⊕ ¿Quiénes son los propietarios de la empresa y qué experiencia tienen?
- ⊕ ¿Qué necesidades del mercado se van a cubrir?
- ⊕ ¿Cómo está(n) posicionado(s) el (los) producto(s) ó servicio(s) y cuáles son los beneficios para los clientes?

- Naturaleza y constitución de la empresa.

Documento que avala la constitución legal de la empresa en el mercado (acta constitutiva), según la aportación del capital.

- Sector de producción

-Sector primario: es la empresa que obtiene productos directamente de la naturaleza: materias primas.

- sector agrícola (origen vegetal)
- sector ganadero (origen animal)

- sector pesquero (del riachuelo)
- sector minero (de las minas)
- sector forestal (del bosque)

-Sector secundario: es la empresa que transforma materias primas en productos terminados o semielaborados

- sector industrial
- sector energético
- sector minero (se considera también parte del sector secundario por que a partir de la minería se pueden crear distintos productos)
- sector de la construcción

-Sector terciario o sector servicios: es la empresa que no produce bienes, sino servicios

- sector transportes
- sector comunicaciones
- sector comercial
- sector turístico
- sector sanitario
- sector educativo
- sector financiero
- sector de la administración

• **Aspectos externos de la empresa importantes:** económicos, sociales, políticos, tecnológicos.

-Social- Cultural: Qué es lo que está pasando en la sociedad que haría que se consumiera tu producto, además del impacto que tendrá con la sociedad.

-Económico: Si tu mercado cuenta o contara con el poder adquisitivo para comprar tu producto, además de estudiar a tus proveedores, así como tipo de cambio, si es que tienes a tus proveedores en otros países, la inflación, oferta y demanda de tus materias primas.

-Político y Legal: Algunas leyes o reformas que apoyen el crecimiento de tu negocio.

-Tecnológico: Maquinaria y el equipo que necesitas para la fabricación de tu producto, así como el hardware y el software que te apoyen en la fabricación del mismo.

- **Cultura Organizacional:** misión, visión, valores y filosofía

- Misión.** Es la razón de ser de la empresa, es el motivo por la cual fue creada, para qué fue creada, para quiénes fue creada. Muestra qué es lo que produce la empresa.
- Visión.** Es el estado futuro de la empresa, es dónde se ve ubicada la empresa a unos años de su creación.
- Valores.** Son aquellas formas de comportamiento, bajo los cuales se va a regir la conducta de cada uno de los miembros de la empresa.
- Filosofía.** Es la forma de pensar de la empresa hacia su entorno: empleados y sociedad.

- **Producto (Bien o servicio)**

Idea de lo que van a vender.

II. ESTUDIO ADMINISTRATIVO O DE ORGANIZACIÓN

- **Definición de objetivos**

Son un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

- **Estructura Organizacional**

Se establece las formas de trabajar así como las actividades para cada uno de los miembros de la organización.

-**Organigrama:** Es la representación gráfica de la estructura de la empresa. Representa también, las líneas de autoridad-responsabilidad y de flujo de comunicación.

-**Manuales:** Son las guías a seguir por el personal de la empresa, en donde se establece la organización de la misma, los procesos y procedimientos a seguir para realizar una determinada función.

-**Cronograma de Actividades o Gráfica de Gantt:** Es la programación de cada una de las actividades que se van a desarrollar con el establecimiento de tiempo, recursos y actores responsables, para realizarlo de manera eficiente.

III. ESTUDIO DE MERCADO

- **Tamaño del Mercado y Tendencias**

Define el tamaño total del mercado así como el segmento de mercado al cual se va enfocar la empresa. Utiliza fuentes independientes para comprobar que hay un mercado viable y su potencial de crecimiento. Dependiendo del segmento y producto se debe consultar las fuentes en donde se encuentre datos estadísticos (INEGI), que ayudarán a soportar las investigaciones de mercado.

- **Perfil del segmento.**

Es la definición del tipo de personas que compraran el producto. Se definen datos como: estilo de vida, género, edad, ocupación, región, poder adquisitivo, estado civil.

- **Competencia.**

La competencia es quien vende un producto similar al tuyo. Hay competencia directa e indirecta. La directa, es quien vende productos similares al tuyo. La indirecta es quien aunque no venda un producto similar al tuyo puede sustituirlo por el tuyo (Por ejemplo: Coca-Cola su competencia directa es Pepsico, pero su competencia indirecta son las empresas de bebidas, Jumex, que vende jugos. Si bien en lugar de comprar un refresco se compra un jugo que cubre la misma necesidad, quitar la sed.

- **Pronóstico de ventas o ventas estimadas.**

Las ventas estimadas están basadas en el análisis de las ventajas del producto o servicio, los clientes, el tamaño de mercado, la competencia y la participación o penetración que tendrá tu producto en el mercado. Dependiendo cada uno de estos factores se calcula las ventas estimadas.

- **4p's, comercialización**

1. Producto

Presentación del producto o las líneas de productos así como todos los elementos que lo forman:

- a. Etiqueta
- b. Envase
- c. Tabla nutrimental

2. Precio

Se establece una vez conocidos los costos de producción por unidad. Añadiéndole la ganancia (beneficio) que se quiera obtener, sin olvidar que se debe ajustar a los precios del mercado.

Es una de las decisiones más importantes porque el precio debe ser el correcto para penetrar el mercado, conservarlo y producir las utilidades esperadas. Es importante no subestimar los costos ya que es un error bastante común.

3. Plaza.

Es el lugar donde se llevara a cabo la comercialización del producto y en donde debe encontrarse nuestra fuerza de ventas.

-Punto de venta. El lugar para llevar a cabo la comercialización de nuestros productos y en donde se encuentra nuestros posibles clientes.

-Fuerza de Ventas. Representantes independientes de ventas, venta directa y / o telemarketing para promover el producto o servicio.

4. Promoción de ventas: descuentos, muestras gratis,

Es la actividad de dar a conocer tu producto.

-Descuentos por introducción del producto al mercado. Normalmente se presenta para dar a conocer al mercado la existencia de la empresa y el producto, poniéndolo a un precio de descuento.

-Muestras gratis. Demostración sin costo del producto.

• Investigación de Mercado

Es la recopilación de información que ayudan a definir lo que el mercado objetivo necesita o desea. Se basa en información directa (observaciones) e indirecta (fuentes de información que ya tienen estudios: asociaciones, publicaciones de la industria, artículos de periódico, etc.) que ya pasaron y ofrece hechos para soportar tus observaciones.

Se puede realizar mediante la herramienta de:

-Encuestas. Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador en lista preguntas con la finalidad de averiguar algo. Las preguntas ya están redactadas y sólo se ejecutan. Se realizan con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

-Tabulación y análisis. Es la obtención de resultados por medio de graficas.

-Medición e interpretación de resultados. Es dar el ¿por qué? de los resultados dependiendo de lo que se haya planteado averiguar.

IV. ESTUDIO TÉCNICO

- **Tamaño de la planta:** Es la dimensión del tamaño de las instalaciones de la empresa.
- **Diagrama de distribución de la planta:** Representación del acomodo de las áreas, departamentos, maquinaria y equipo, personal de la empresa.
- **Medidas de Seguridad:** Son aquellas indicaciones que evitan accidentes dentro de la empresa
- **Localización geográfica de la empresa:** Lugar físico que indica la dirección de las instalaciones de la empresa.
- **Proceso de producción:** Indica los pasos a seguir para transformar la materia prima en el producto final. Desde que se almacena la materia prima hasta almacenar el producto final.
- **Diagrama del proceso de producción:** Representación gráfica del proceso de producción
- **Maquinaria y/o herramientas de trabajo:** Herramientas tecnológicas que hacen eficiente el trabajo hombre.
- **Capacidad de producción o de planta:** Es la cantidad de productos que puede realizar la empresa, con los recursos tecnológicos y materiales con los que cuenta actualmente en la operación.
- **Plan de contingencias:** Son los plan "B de los planes que ya se han establecido (planes A). Son guías (seguros) que nos permiten accionar una vez que cambia de rumbo de lo ya planeado, con la ventaja de reajustar lo desviado para así lograr lo ya planeado inicialmente
- **Costo total de producción:** Es la suma de todos los elementos que hacen el producto: materia prima+ luz+ agua+ renta+ mano de obra+ costo de sueldos y salarios+ gastos de mercadotecnia
- **Costo Unitario de producción:** Es lo que costo cada unidad producida, es decir, cada producto. Se calcula mediante:

$$\text{Costo total de producción} / \# \text{ de unidades producidas}$$

- **Precio de Venta:** Es lo que costo realizar el producto más la ganancia que se desea obtener. Se establece:

$$\text{Costo unitario de producción} + \text{GANANCIA} = \text{Precio de venta}$$

V. ESTUDIO FINANCIERO

- **Estructura del financiamiento:** Nos indica de donde fue obtenido el capital inicial.
- **Balance general:** Muestra el estado actual de cómo se encuentra la empresa económicamente: ingresos, prestamos, gastos, impuestos, ganancias (utilidad).
- **Estado de resultados:** Se registran los ingresos, costos y gastos. El resultado de combinar dichos elementos demuestra cuánto dinero va a ganar o perder la empresa durante cada año.
- **Flujo de efectivo:** Es un panorama general de los ingresos y egresos de la empresa.

3. Anexos

Entran documentos que dan soporte a la información del plan, tales como encuestas, graficas, estados financieros, información de segunda mano, glosario de términos.

4. Fuentes de consulta

Se indica el material que fue ocupado para la obtención de información.

Anexo 3. Plan De Negocio.



INDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.	5
NOMBRE DE LA EMPRESA:	5
SLOGAN	5
MISIÓN	5
VISIÓN	5
VALORES DEL PRODUCTO	5
BREVE HISTORIA DE LA COMPAÑÍA:	6
ACTA CONSTITUTIVA	6
4. PRODUCTO	7
DESCRIPCIÓN.....	7
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	8
LOGOTIPO DE LA MARCA	8
5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA ORGANIZACIÓN.....	8
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	8
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	8
6. ESTUDIO DE MERCADO	10
DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.....	10
PREVISIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO	10
PREVISIÓN DE VENTAS	10
ACCIONES CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	11
MATERIALES NECESARIOS PARA DIFUSIÓN	11
PROMOCIONES, OFERTAS Y DESCUENTOS.....	11
STAND PROMOCIONAL	12

CUATRO P'S Y LA COMERCIALIZACIÓN.....	12
7. ESTUDIO TÉCNICO.....	13
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN.....	13
PRECIO DE VENTA.....	13
8. ESTUDIO FINANCIERO	14
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	14

1. INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios muestra las actividades emprendidas por la empresa Tortería Los Angeles S.A de C.V, durante el desarrollo del programa "Mi primera empresa: Emprender jugando". El contenido de este plan de negocios está distribuido:

- ✓ La descripción del negocio.
- ✓ El estudio administrativo.
- ✓ El estudio de mercado.
- ✓ El estudio técnico.
- ✓ El estudio financiero.

Con el objetivo de crear en los alumnos de primaria hábitos de comportamiento emprendedores y proporcionar conocimientos básicos sobre el funcionamiento de una empresa. Así, como motivar y estimular el potencial empresarial de los niños.

Todos los aspectos que conforman al plan de negocios de una empresa, fueron desarrolladas bajo la asesoría de alumnos de la Universidad del Papaloapan de la carrera de Licenciatura en Ciencias Empresariales.

2. RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocio se refiere a una empresa dedicada a la comercialización de productos alimenticios, específicamente tortas de carne polaca y Jamón, cuya marca comercial es "Tortas Dany".

La empresa, cuya razón social es Tortería los Ángeles S.A de C.V, está ubicada en la zona de San Juan Bautista Tuxtepec, Estado de Oaxaca, en la colonia El sureste Etapa I. La empresa tiene un mercado potencial que comprende a todas las personas que residen en la colonia Sureste Etapa I. El mercado objetivo es el público en general entre las edades de 5 en adelante que gustan de consumir una deliciosa torta de Jamón o polaca.

3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

NOMBRE DE LA EMPRESA: TORTERIA LOS ANGELES

SLOGAN NO TE QUEDES CON LAS GANAS.

MISIÓN

Ser número uno en las ventas de tortas, ofreciendo a nuestros clientes buen servicio y productos de calidad a buen precio.

VISIÓN

Ser la mejor empresa de tortas de Tuxtepec y tener a nuestros clientes contentos.

VALORES DEL PRODUCTO

- Originalidad
- Precio
- Sabor
- Calidad
- Garantía

BREVE HISTORIA DE LA COMPAÑÍA:

La empresa Tortería Los Ángeles S.A de C.V, es una empresa dedicada a la venta de Torta de Carne Polaca y Jamón al menudeo. La empresa está conformada por niños de la escuela primaria Benemérito de Las Américas participantes en el programa Mi primera empresa. Emprender jugando.

La empresa es una Sociedad Anónima de Capital Variable que inicio operaciones el día 26 de noviembre del año 2011.

A continuación se presenta el documento que avala la constitución legal de la empresa en el mercado.

ACTA CONSTITUTIVA

En la Cd de Tuxtepec, Oaxaca a las 10:00 am del día 26 del mes Noviembre del año 2011, compareciendo a Daniel Rocamora González, Fabián Plácido Flores y Jaqueline Nape Castillo, quiénes manifiestan:

Que han convenido a constituir una empresa y para tal efecto, se solicitó y se obtuvo permiso de la Cámara de Comercio.

Declaran los comparecientes a fin de formalizar a constitución de la empresa que pretenden realizar, otorgan las siguientes:

CLAUSULAS

PRIMERA. Los niños emprendedores constituyen una empresa que se denominará "Tortería Los Angeles S.a de C.V".

SEGUNDA.- La empresa se va a dedicar a Vender Toras. Además de comercializar sus productos.

TERCERA.- El capital inicial (semilla) con el cual abren operaciones lo constituye la cantidad de \$1,500.00 (MIL QUINIENTOS PESOS 00/100 M. N.)

CUARTA.- El capital ha sido otorgado por la FESE y ha sido pagado EN EFECTIVO, con el compromiso de que los niños hagan uso eficiente del mismo y obtengan utilidades a través del trabajo que van a realizar.

QUINTA.- Al final de los seis meses, que es la duración de la empresa, las ganancias obtenidas serán repartidas en partes iguales a los socios.

SEXTA.- El domicilio de la empresa es en la Cd de San Juan Bautista Tuxtepec en la Escuela Primaria Benemérito de las Américas, bulevar Benito Juárez escuela primaria Benemérito de las Américas.

SEPTIMA.- La empresa tendrá nacionalidad Mexicana.

OCTAVA.- La empresa tendrá un Gerente General, y un Director por cada una de las cuatro Direcciones, quienes cumplirán con sus obligaciones para guiar a la empresa al logro de sus objetivos y generación de utilidades.

NOVENA.- Se obligan también a cumplir con evidencias de sus operaciones en el mercado.

4. PRODUCTO

DESCRIPCIÓN

Tortas Dany ofrece ricas tortas de carne polaca y jamón su objetivo es nutrir a las personas con productos de calidad utilizando en su elaboración ingredientes naturales y frescos.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Deliciosas.
- Tamaño mediano.
- Contiene más ingredientes que la competencia.
- Elaboradas con calidad.

LOGOTIPO DE LA MARCA



5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA ORGANIZACIÓN.

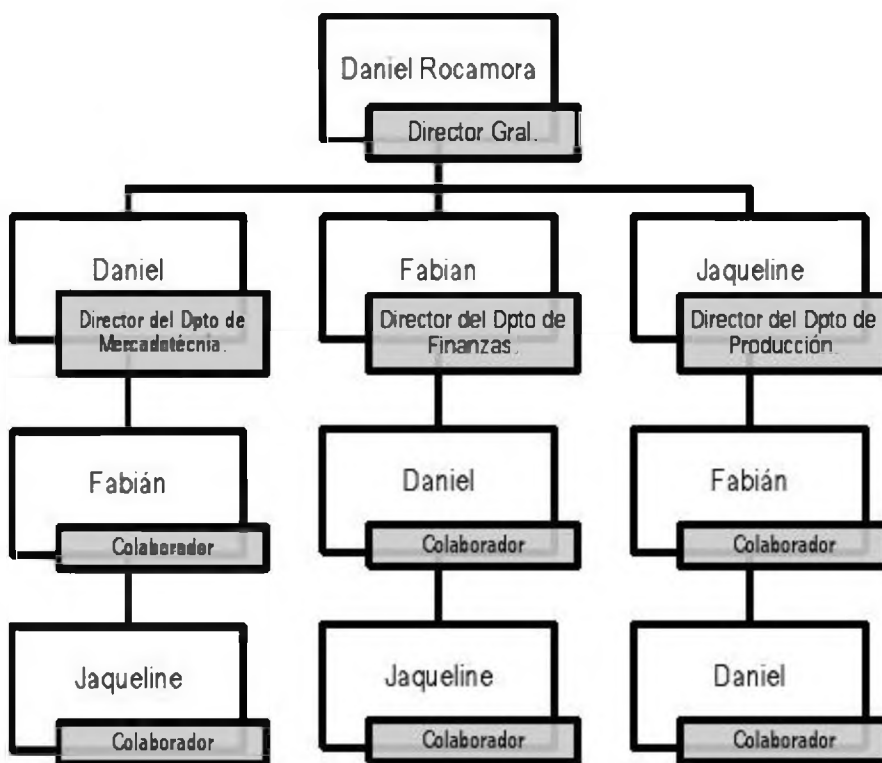
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

1. Satisfacer a nuestros clientes con productos de calidad.
2. Obtener ganancia de las ventas por el producto.
3. Lograr la preferencia de nuestros clientes.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa cuenta con un organigrama funcional que distribuye las actividades en cuatro puestos principales: Gerente General, Finanzas, Contabilidad y

Producción. Además de que integra un puesto de colaborador para cada departamento. Está representado de la siguiente forma:



Organigrama de Tortería Los Ángeles.

6. ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Todas las personas que viven en la colonia El Sureste:

- Niños.
- Jóvenes.
- Adultos
- Personas Mayores.

PREVISIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

De 0 a 10	
De 10 a 30	
De 30 a 50	x
De 50 a 100	
Más de 100	

PREVISIÓN DE VENTAS

De 0 a 10	
De 10 a 30	x
De 30 a 50	
De 50 a 100	
Más de 100	

ACCIONES CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Medios de difusión a utilizar:

- I. Carteles.
- II. Volantes.
- III. De boca en boca.

MATERIALES NECESARIOS PARA DIFUSIÓN

ARTICULO	PRECIO POR UNIDAD	Nº DE UNIDADES	GASTO TOTAL
Cartulinas	\$ 4.00	10	\$ 40.00
Marcadores	\$ 8.00	10	80.00
Tijeras	\$ 15.00	5	75.00
Colores	\$ 2.00	24	48.00
Borrador	\$ 3.00	5	15.00
Lápiz	\$ 2.00	12	24.00
Sacapuntas	\$ 1.50	5	7.50
Copias	\$ 0.40	10	10.00
Impresión de Etiquetas		1	20.00
Total			\$ 319.50

PROMOCIONES, OFERTAS Y DESCUENTOS

Para promocionar a las Tortas Dany se utilizara la promoción.

- “EN LA COMPRA DE UNA TORTA DANY LE REGALAMOS UN VASO DE REFRESCO”.

Y el descuento de:

- “EN LA COMPRA DE DOS TORTAS DANY SOLO PAGA \$16.00 “

STAND PROMOCIONAL

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO POR UNIDAD	GASTO TOTAL
Toperware transparente	2	\$ 165.00	\$ 330.00
Mantel	1		\$ 50.00
Total			\$ 380.00

CUATRO P'S Y LA COMERCIALIZACIÓN

- 1. PRODUCTO:** Los productos son dos: Tortas de Carne Polaca y Tortas de Jamón.
- 2. PRECIO:** El precio establecido por la empresa para ambos productos, de acuerdo a la competencia y al análisis de los costos es de: \$10.00 pesos.
- 3. PLAZA:** El producto se comercializara en un punto de venta localizado en una esquina muy concurrida por los habitantes de la colonia (la parada del autobús).
- 4. PROMOCIÓN:** La empresa diseño un abanico de medios para dar promoción a sus productos, conformado por carteles, volantes, publicidad de boca en boca.

7. ESTUDIO TÉCNICO

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Tabla de los costos totales de producción de 70 tortas

CONCEPTO	IMPORTE		TOTAL
	JAMON (35 unidades)	CARNE POLACA (35 unidades)	
MATERIAS PRIMAS	\$ 198.00	\$ 178.00	\$ 376.00
COSTOS INDIRECTO	50.50	50.50	101.00
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 248.50	\$ 228.50	\$ 477.00

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN = Costo total de producción/ Número de unidades producidas

Costo unitario de producción (Torta de Jamón): $\$ 248.50 / 35 = 7.10$

Costo unitario de producción (Torta de Polaca): $\$ 228.50 / 35 = 6.52$

PRECIO DE VENTA

El precio de venta involucra el costo de producción más la ganancia que se desee obtener. El cual se establece mediante la siguiente formula.

Costo unitario de producción + ganancia = Precio de venta

Para la torta Polaca: $\$ 6.52 + \$ 3.48 = \$ 10.00$

Para la torta de Jamón: $\$ 7.1 + \$ 2.90 = \$ 10.00$

8. ESTUDIO FINANCIERO

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

El capital necesario para iniciar la empresa fue obtenido por la FESE y ha sido pagado en efectivo, con el compromiso de que los niños hagan uso eficiente del mismo. El monto financiado importa un total de \$ 1500.00 (Mil quinientos pesos MN/100)

FLUJO DE EFECTIVO:

Entradas

Capital semilla	\$ 1,500.00
Ingresos por ventas	\$ 500.00
Total entradas	\$ 2,000.00

Salidas

Compra de materias primas	\$ 477.00
Gastos de venta	\$ 355.00
Gastos de publicidad	\$ 319.50
Gastos de transporte	\$ 172.00
Gastos de uniforme	\$ 375.00
Total de salidas	\$ 1,698.5

Efectivo disponible	\$ 301.50
----------------------------	------------------