



## Grado de implantación del emprendimiento digital en los estudiantes de la F.C.A. de la Universidad Autónoma de Guerrero

Carmona-Serrano, Moisés<sup>1</sup>, Marin-Ibarra, Remigio<sup>2</sup>, Rodríguez-Jaimes, Fermín<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Contaduría y Administración Acapulco, Guerrero, México, correo de contacto del Autor: moisescarmona2511@hotmail.com, Av. Insurgentes 326

Col. Fraccionamiento Hornos Insurgentes, (+52) 74 4164 6713

<sup>2</sup>Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Contaduría y Administración Acapulco, Guerrero, México, correo de contacto del Autor: rmi9b289@hotmail.com, Condominio Popocatepetl No. 57. Ciudad Luis

Donaldo Colosio, (+52) 74 4187 1095

<sup>3</sup>Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Contaduría y Administración Acapulco, Guerrero, México, correo de contacto del Autor: ferrguez@hotmail.com, Av. Universidad S/N

Col. Ciudad Universitaria, (+52) 74 4128 8874

---

Artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de recepción: julio 2020

Fecha de publicación: diciembre 2020

---

### Resumen

La presente investigación esta dirigida a los alumnos del grupo académico 715 de la Carrera de Licenciado en Administración de la Generación 2015-2020 de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero, en donde obtendremos el grado de implantación del comercio digital entre los estudiantes de dicho grupo académico, para tomar acciones de mejora continua en la búsqueda de implantar el Emprendimiento Digital en los jóvenes estudiantes de toda la Institución Educativa, para lo cual debemos aplicar el instrumento de Investigación en una segunda etapa a todos los estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración, e implementar acciones tendientes a la promoción, impulso y fortalecimiento del espíritu emprendedor.

**Palabra clave:** Era Digital, Emprendimiento.

### Abstract

This research is aimed at students of the 715 academic group of the Bachelor of Administration in Generation 2015-2020 of the Faculty of Accounting and Administration of the Autonomous University of Guerrero, where we will obtain the degree of implementation of digital commerce between The students of said academic group, to take continuous improvement actions in the search to implement Digital Entrepreneurship in young students of the entire Educational Institution, for which we must apply the Research instrument in a second stage to all students of the Faculty of Accounting and Administration, and implement actions aimed at promoting, promoting and strengthening entrepreneurship.

**Keyword:** Digital Era, Entrepreneurship.

## 1. INTRODUCCIÓN

La economía digital requiere modelos de negocio distintos a los que existen en los negocios tradicionales, por eso deben ser estudiados desde una perspectiva particular ya que son negocios modernos que se hacen con el uso de la tecnología y por ello se inició esta investigación en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero, donde nos daremos cuenta del grado de involucramiento de los estudiantes del grupo académico 715 de la Carrera de Licenciado en Administración de la Generación 2015-2020 de la Facultad de Contaduría y Administración "F.C.A." de la Universidad Autónoma de Guerrero "U.A.Gro., en primer término y buscando promover el emprendimiento en la dimensión tradicional, así como en la era digital e incluso haciendo uso de la era digital con los negocios tradicionales.

El emprendimiento se ha impulsado desde el punto de vista teórico en la F.C.A. desde años anteriores, pero se ha dado auge en los últimos 9 años haciendo benchmarking con otras universidades públicas del país, en la búsqueda de mejora continua y aprendizaje significativo, con lo que hemos motivado a los jóvenes estudiantes para que consideren el emprendimiento social o empresarial con opciones para desarrollarse como profesionales de la contaduría y administración, con conocimientos de emprendimiento digital.

Lo que se aprecia es que los jóvenes que ingresan a la F.C.A.-UAGro para recibir la formación profesional de Contadores y/o Administradores no tienen conocimiento claro de lo que van a desarrollar en su vida profesional, por lo que desde el año 2011 se han estado haciendo diversas actividades con

la finalidad de despertar el espíritu emprendedor de los jóvenes estudiantes y desde el año 2018 se ha estado midiendo el grado de implantación del emprendimiento digital y es la razón de la presente ponencia a desarrollarse en la Universidad Autónoma de Nuevo León, en la Facultad de Contaduría Pública y Administración "FACPyA"

## 2. MARCO TEORICO

El emprendimiento suele enfocarse en dos<sup>1</sup> aspectos del tema:

1.- Las actitudes y competencias del Emprendedor

2.- Los procesos y metodologías del Emprendimiento.

En el primer caso los autores

presentan y discuten las teorías y prácticas de emprendedores

Exitosos a quienes caracterizan como personas capaces de superar grandes retos<sup>2</sup>, también analizan la personalidad, aptitudes y debilidades que poseen<sup>3</sup>, se dice que a mayor nivel educativo del emprendedor es más probable que inicie un negocio por la identificación de una oportunidad y no obligado por la necesidad<sup>4</sup>, algunos autores distinguen entre emprendedor y empresario<sup>5</sup>, se dice que:

- El emprendedor sin habilidades empresariales es un aventurero

- El empresario sin una visión emprendedora es un sujeto condenado a especular con la riqueza, pero incapaz de producirla.

Otros autores señalan que existen INTRAPRENEUR, que son emprendedores desde adentro, o sea que son empleados capaces de inventar nuevos procesos o productos dentro de la organización donde trabajan.

<sup>1</sup> Zapata, J. (2013). *Camino emprendedor. Ser, soñar y hacer*. Lima: Malabares

<sup>2</sup> Villalobos, F. (2013). *El proyecto Francisco Villalobos*. Lima: Help!

<sup>3</sup> Peiró, F., Perdrix, G., y Torruella, A. (2012). *Escuela de emprendedores. ¡Descubre el potencial emprendedor que llevas dentro!* Barcelona: Libros de Cabecera

<sup>4</sup> Serida, J., Nakamatsu, K., Borda, A., y

Morales, O. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor-Peru 2012*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/libros/2013/global-entrepreneurship-monitor-peru-2012/>

<sup>5</sup> Iturriaga, A. (2013). *Emprendimiento e innovación según Steve Jobs*. Lima: Graph Ediciones

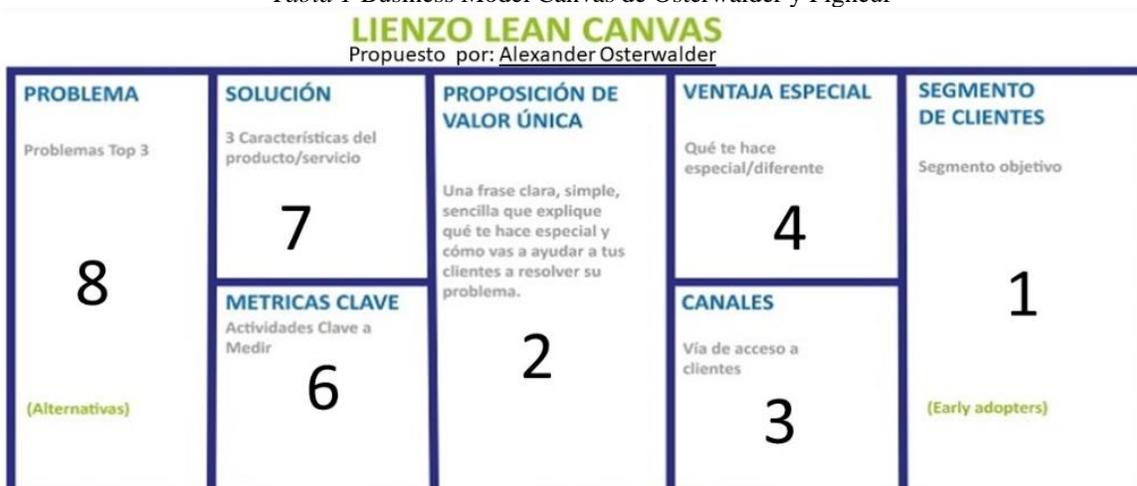
Las publicaciones orientadas al segundo enfoque del tema ponen énfasis en las herramientas de gestión empresarial, para esos autores, el emprendimiento es un trabajo que implica planeación y maduración, hasta que finalmente se integra en un plan de negocios<sup>6</sup>, todo emprendimiento tiene su base en el consumidor<sup>7</sup>, por lo que, para que un emprendimiento tenga éxito es necesario que exista la necesidad de bienes o servicios del consumidor, ya que sin esta base, el emprendedor tendrá mas acciones por realizar, tendientes a posicionar su idea de negocios por medio de estrategias de marketing diversas.

Para el emprendimiento empresarial se plantea el uso del Modelo CANVAS<sup>8</sup>, como el que a continuación se muestra como tabla 1, Esta plantilla es utilizable en organizaciones lucrativas y no lucrativas, instituciones benéficas, entidades del sector público y empresas sociales de carácter lucrativo.

## 2.1 CONTEXTO Y OBJETIVOS

Se sabe que el espíritu de liderazgo, las habilidades organizativas y la propensión al riesgo tiene un efecto positivo sobre la intención emprendedora de los estudiantes (Matin, Gamez y Lima, 2013)<sup>9</sup>.

Tabla 1 Business Model Canvas de Osterwalder y Pigneur



Fuente: Elaboración propia.

<sup>6</sup> Franco, P. (2013). Planes de negocio: una metodología alternativa. Lima: Universidad del Pacífico

<sup>7</sup> Schnarch, A., y Schnarch, D. (2012).

Marketing para emprendedores. Cómo identificar oportunidades y desarrollar empresas exitosas. Bogotá: Ecoe Ediciones.

<sup>8</sup> Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2012). Generación de modelos de negocio.

Barcelona: Deusto.

<sup>9</sup> Martín, N., Gámez, C., y Lima, V. (2013). La intención emprendedora de los estudiantes universitarios en diferentes sistemas educativos. El caso español versus el caso brasileño.

En Emprendimiento social y educativo: nuevos tiempos, nuevos retos. Recuperado de <https://ddv.ull.s/users/cjeull/public/e.books>

Este proyecto se aplicó en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero y se plantearon los siguientes objetivos;

- a) Identificar la intención emprendedora de los alumnos de la FCA.UAGro con el programa académico que estudian
- b) Evaluar la utilidad del CANVAS para generar modelos de negocio en la era Digital
- c) desarrollar un CANVAS especializado en negocios basados en plataformas virtuales.

### 3. METODOLOGIA

En la presente investigación se aplicó el método no probabilístico llamado Bola de Nieve, con lo que se aplicó la encuesta a una persona y esa persona recomendó a otras más, para que se les aplicara el mismo instrumento,

hasta que ya no recomendaron a nadie para la aplicación del Instrumento, dando un universo total de 30 encuestas aplicadas a los estudiantes legalmente inscritos en el Grupo Académico 715 de la Licenciatura en Administración, el nivel de confianza del instrumento es del 95% al aplicarle el modelo de CRONBACH, la aplicación del Instrumento fue en el periodo del 18 al 22 de Noviembre 2019, se aplicó el método Descriptivo porque solo se plasma la información que se obtuvo al aplicar el instrumento de investigación.

### 4. RESULTADOS

Al aplicar el Instrumento de Investigación se obtuvieron los siguientes resultados.

*Tabla 2* Resultados sobre la opción laboral preferida

1. ¿Cuál de las siguientes opciones laborales te atrae más?				
Opciones	Porcentaje			
Empresa privada	20			
Independiente	35			
ONG	5			
Institución pública	40			
Total	100			

Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que el 40% de los jóvenes encuestados esperan ser empleados de alguna institución pública, mientras que el 35% de los

jóvenes esperan ser emprendedores independientes, o sea, hacer despachos de consultorías.

*Tabla 3.* Resultados sobre intension emprendedora

2.¿Estas interesado en emprender un negocio propio para tu futuro?				
Opciones	Porcentaje			
Altamente interesado	2			
Medianamente interesado	15			
Escasamente interesado	33			
Nada interesado	50			
Total	100			

Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que el 50% de los jóvenes no están interesados en emprender por lo que se

aprecia que los estudiantes de la FCA.UAGro buscan ser empleados.

*Tabla 4.* Resultados sobre interes en emprendimiento digital

3.¿Estás interesado en que tu negocio sea de base tecnológica o digital?				
Opciones	Porcentaje			
Altamente interesado	52			
Medianamente interesado	38			
Escasamente interesado	9			
Nada interesado	1			
Total	100			

Fuente: Elaboración propia.

La tabla anterior muestra que los jóvenes como son milenaria, se muestran altamente interesados en la tecnología, por lo que es

necesario impulsar la idea de negocios sobre las bases tecnológicas.

*Tabla 5. Resultados sobre interés en emprendimiento social*

4. Estarías interesado en convertirte en un "emprendedor social"? (Que tu negocio ayude a resolver problemas en educación, salud, etc.)				
Opciones	Porcentaje			
Altamente interesado	5			
Medianamente interesado	10			
Escasamente interesado	15			
Nada interesado	70			
Total	100			

Fuente: Elaboración propia.

Los jóvenes estudiantes de la FCA.UAGro., no están interesados en el emprendimiento social.

## 5. CONCLUSIONES

La presente investigación denota que en la Facultad de Contaduría y Administración es necesario impulsar el espíritu emprendedor,

con el fin de que los jóvenes se enrolen en dichas actividades,

Lo anterior puede ser posible si se implementan las incubadoras de negocios y se hace la búsqueda de ideas de negocios, apoyando las mismas con las finanzas de diferentes fuentes, cumpliendo los requisitos que señala cada convocatoria.

## REFERENCIAS

- Franco,P.(2013). *Planes de negocio: una metodología alternativa*. Lima: Universidad del Pacífico
- Iturriaga,A.(2013). *Emprendimiento e innovación según Steve Jobs*. Lima: Graph Ediciones
- Martín, N., Gámez, C., y Lima, V. 2013). *La intención emprendedora de los estudiantes universitarios en diferentes sistemas educativos*.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2012). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto.
- Peiró, F.; Perdrix, G.; Torruella, A.(2012).*Escuela de emprendedores. ¡Descubre el potencial emprendedor que llevas dentro!* Barcelona: Libros de Cabecera
- Schnarch,A.,y Schnarch,D.(2012). *Marketing para emprendedores. Cómo identificar oportunidades y desarrollar empresas exitosas*. Bogotá: Eco e Ediciones.
- Serida,J.; Nakamatsu, K.; Borda,A.; Morales, O.(2013). *Global Entrepreneurship*. Peru: Monitor.
- Villalobos,F.(2013). *El proyecto Francisco Villalobos*. Lima: Help!
- Zapata,J.(2013). *Camino emprendedor. Ser, soñar y hacer*. Lima: Malabares

## ANEXOS



# GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DIGITAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA F.C.A. DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUERRERO

## Cuestionario

1. ¿Cuál de las siguientes opciones laborales te atrae más?  
 Empresa privada  
 Independiente  
 ONG  
 Institución pública
2. ¿Estas interesado en emprender un negocio propio para tu futuro?  
 Altamente interesado  
 Medianamente interesado  
 Escasamente interesado  
 Nada interesado
- 3.- ¿Estas interesado en que tu negocio sea de base Tecnológica o Digital?  
 Altamente interesado  
 Medianamente interesado  
 Escasamente interesado  
 Nada interesado
3. ¿Estarías interesado en convertirte en un “emprendedor social”? (Que tu negocio ayude a resolver problemas en educación, salud, etc.)  
 Altamente interesado  
 Medianamente interesado  
 Escasamente interesado  
 Nada interesado