

DIAGNÓSTICO DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL NORTE DEL ESTADO DE MÉXICO

Dra. Eva Martha Chaparro Salinas; bebachaparro@yahoo.com.mx¹

Dr. Julio Alvarez Botello; julioalvarezbotello@yahoo.com²

MSc. Analién Pelegrín Naranjo; apn28@alu.ua.es³

^{1,2}Universidad Autónoma del Estado de México; ³Universidad de Alicante, España

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Eva Martha Chaparro Salinas, Julio Alvarez Botello y Analién Pelegrín Naranjo (2020): "Diagnóstico de la capacidad emprendedora de planeación estratégica en estudiantes de instituciones de educación superior del norte del estado de México", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 13 (noviembre 2020). En línea: <https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/13/capacidad-emprendedora-planeacion.html>

RESUMEN

La planeación estratégica, entendida como aquella capacidad de gestionar y asignar recursos para el cumplimiento de un proyecto es de suma importancia para desarrollar en estudiantes universitarios el emprendimiento de ideas que se materialicen en un plan de acción. Es por ello que las universidades deben fomentar en los estudiantes las características que conlleven al desarrollo de un pensamiento estratégico, que independientemente de la licenciatura que estudien, sean capaces de proyectar un plan de acción que los lleve a emprender intervenciones a nivel personal y social. De lo anterior se desprende la investigación presentada cuyo objetivo principal es analizar estadísticamente las actividades de la capacidad de planeación estratégica para el fomento del emprendimiento. La población estudiada recae en estudiantes universitarios de diferentes IES del Norte del Estado de México, tanto públicas como privadas. Para el análisis de datos se utilizó estadística descriptiva tomando la media como medida de tendencia central y la desviación típica como medida de dispersión.

Palabras clave: 1) Capacidad de planeación estratégica; 2) Emprendimiento; 3) Estudiantes universitarios.

ABSTRACT

Strategic plan, understood as the ability to manage and assign resources for the fulfillment of a project is of total importance to develop in university students the entrepreneurship of ideas that are materialized in an action plan. That is why universities must promote in students the characteristics

that lead to the development of strategic thinking, that regardless of the degree they study, they are capable of projecting an action plan that leads them to undertake interventions on a personal and social level. From the foregoing, the research presented whose main objective is to statistically analyze the activities of the strategic planning capacity for the promotion of entrepreneurship can be deduced. The studied population falls on university students from different IES in the North of the State of Mexico, both public and private. Descriptive statistics were used for data analysis, taking the mean as a measure of central tendency and the standard deviation as a measure of dispersion.

Keywords: 1) Strategic planning capacity; 2) Entrepreneurship; 3) University students.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día existe una marcada tendencia en todos los países del mundo, hacia la promoción del emprendimiento. Se ha hecho manifiesto que el desarrollo del emprendimiento constituye el camino hacia el progreso y es importante su fomento, pues favorece todo tipo de organizaciones: públicas como privadas, micro, pequeñas y trasnacionales y, también genera, desarrollo en los mercados nacional e internacional. Con este argumento, entre otros, los gobiernos nacionales, estatales, locales y municipales, así como las universidades y en general centros educativos se han puesto a la tarea de generar estrategias que fomenten el emprendimiento. En este sentido Drucker (citado por Rodríguez Moreno y Gómez Murillo, 2014) plantea la necesidad de una sociedad emprendedora, así la innovación y el emprendimiento deben manifestarse en las empresas, la economía y la sociedad (Rodríguez Moreno y Gómez Murillo, 2014).

Torres (2010, citado por Rodríguez Moreno y Gómez Murillo, 2014) refiere que el concepto de emprendimiento se ha relacionado especialmente con innovación, aunque también con empresa, cambio, empleo, valor y crecimiento. La función del emprendedor es explotar un invento o una posibilidad tecnológica que genere nuevos productos o servicios, nuevas formas de producción, fuentes de suministro de materias primas, formas de organización que revolucionan el patrón de producción establecido. Un emprendedor es alguien que identifica una necesidad en el mercado, toma decisiones sobre recursos humanos, financieros, materiales, también asume riesgos, lo cual es recompensado por beneficios económicos, sociales, sociológicos y de satisfacción personal. En este sentido, refieren Rodríguez Moreno y Gómez Murillo (2014) el emprendedor debe tener la visión necesaria para planear estratégicamente todos esos recursos que necesita para generar su proyecto.

MARCO TEÓRICO

Una definición adecuada para la planeación estratégica, refiere Leiva Bonilla (2007) es la que brinda las Naciones Unidas, refiriendo que es un proceso de elección y selección entre recursos alternativos

de acción, con vistas a la asignación de los recursos escasos, con el fin de obtener objetivos específicos sobre la base de un diagnóstico preliminar que cubra todos los factores relevantes que puedan ser identificados.

En este sentido manifiesta Leiva Bonilla (2007) la esencia de la Planeación Estratégica consiste en que el emprendedor identifique sistemáticamente las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales, combinados con otros datos importantes, le proporcionen una base para tomar mejores decisiones en el presente sin perder de vista el futuro.

La planeación estratégica desde el punto de vista de Leiva Bonilla (2007) va más allá del pronóstico actual de los productos y mercados presentes y formula preguntas como: ¿el emprendedor tiene el negocio adecuado? ¿cuáles son los objetivos básicos del negocio? y ¿cuándo serán obsoletos los productos o servicios que ofrece el negocio? Así y en virtud a estas preguntas la el emprendedor debe desarrollar la planeación estratégica en dos partes (Leiva Bonilla, 2007):

1. **Diagnóstico externo:** El diagnóstico se debe realizar en dos grandes sub – áreas:

- **Macroentorno:** Es el ambiente que rodea al emprendedor. Su labor consiste en analizar las tendencias generales, los actores involucrados y sus intereses. Todo esto viéndolo desde el punto de vista de cómo impactará a su futuro proyecto emprendedor. En concreto el emprendedor debe indagar cómo pueden o podrían influir en su futuro proyecto las siguientes tendencias: económicas, culturales, políticas, ambientales, tecnológicas y demográficas.
A la vez debe, tratar de visualizar quiénes serán los actores principales dentro de su proyecto. Estos actores pueden ser otras empresas, sector gobierno, consumidores, organizaciones no gubernamentales, etcétera. El macroentorno, está vinculado de manera directa con las redes sociales del emprendedor.
- **Sector competitivo:** Conocer el sector implica hacer una caracterización de éste. Para ello el emprendedor debe investigar los productos y servicios ofrecidos por el sector al cual dirigirá su proyecto, analizar la demanda, la competencia e identificar las posibles alianzas estratégicas que le puedan generar algunas ventajas competitivas. Este análisis, al igual que el anterior debe llevar al emprendedor a saber cuáles son las oportunidades que deberá capturar y cuáles son las amenazas que deberán evitar para garantizar el éxito del proyecto.

2. Direccionalidad: Este componente se integra de tres elementos:

- **Visión:** La visión es la concepción de qué es a lo que se quiere llegar a ser, lo cual es ir más allá de lo que se puede llegar a ser. La formulación de la visión se hace recurriendo a la creatividad. El emprendedor es, por naturaleza, un visionario. La visión emprendedora es pensar en lo que le gustaría al emprendedor que fuera su proyecto. Es, en suma, el futuro deseado de la empresa.
- **Misión:** La misión debe responder a la pregunta ¿Cuál es la razón de ser del proyecto? Es el motivo por el cual se quiere desarrollar. La misión corresponde al objetivo central, es el propósito más importante por el que deben trabajar y esforzarse. Debe tener las siguientes características que le permitirán permanecer en el tiempo:
 - Debe ser amplia, dentro de la línea de productos o servicios, pero con posibilidades de expansión a otros productos o servicios similares. No obstante, la amplitud no debe ser tanta que pierda la naturaleza y carácter de la empresa, o bien que confunda el mercado y tipo de necesidad de satisfacer.
 - Motivadora, ya que debe inspirar a los que colaboran con el emprendedor, pero que no sea tan ambiciosa que se perciba inalcanzable.
 - Congruente para reflejar los valores del proyecto emprendedor, del mismo emprendedor y de todas las personas involucradas en él. La misión no solo es una descripción de lo que se debe hacer o de lo que pretende el emprendedor. Es un esquema de valores éticos y morales.

Asimismo, la misión debe responder las siguientes tres preguntas:

1. ¿Qué?: Es decir qué necesidad satisface, qué pretende lograr. Es decir su razón.
 2. ¿Quién?: A quiénes pretende alcanzar, a quiénes beneficiara su acción.
 3. ¿Cómo?: Forma en que será satisfecha la necesidad que se pretende atacar.
- **Estrategia general básica:** Existen tres estrategias genéricas que el emprendedor puede adoptar para el desarrollo de su proyecto:
 1. Estrategia global del liderazgo en costos: El objetivo es que el emprendedor logre una estructura de su proyecto con costos más bajos que sus posibles competidores.

2. Estrategia de enfoque o alta segmentación: Un emprendedor debe adoptar una estrategia que se enfoque a un grupo especial. Una línea de productos o servicios en particular, una región geográfica específica u otros aspectos que se convierten en el punto central de los esfuerzos del proyecto.
3. Estrategia de diferenciación: La diferenciación es una estrategia cuyo objetivo es elaborar productos o servicios considerados como únicos en la industria y dirigidos a un grupo específico de consumidores.

Complementando lo anterior, Celaya Figueroa (2013) menciona que en la planeación estratégica tiene que ver con organizar las acciones y los recursos en función de las metas y objetivos pero con una visión de largo alcance.

En función a lo anterior artículo Alda-Varas, Villardón-Gallego y Elexpuru-Albizuri, (2012), proponen un modelo de planeación de proceso emprendedor, refiriendo tres funciones para su desarrollo:

1. Fase de Exploración: Para llevar a cabo la función de identificar oportunidades o necesidades del entorno, el emprendedor debe ser capaz de:

- Analizar proactivamente y prospectivamente el entorno, bajo la perspectiva de un pensamiento sistémico, seleccionando información relevante, identificando variables intervinientes, relaciones y niveles de influencia; identificando clientes, usuarios, grupos necesitados. Así como dimensionando sus expectativas de resultado y satisfacción; identificando oportunidades y necesidades.
- Analizar, evaluar y diagnosticar la situación actual, identificando factores claves de éxito, los tipos y niveles de riesgo asociados a la iniciativa en gestación, diferenciando el nivel de control que se tiene sobre algunas variables y condiciones del contexto.
- Desarrollar y proyectar una idea de negocio, proyecto, intervención, producto y servicio, a través de la imaginación, creatividad, innovación y confianza en sus medios, explorando diversas formas de llevar a cabo su iniciativa.
- Identificar los supuestos y paradigmas desde donde se efectúa el análisis y que pueden condicionar y distorsionar la visión del emprendizaje en gestación.
- Analizar de manera global, preliminar y con perspectiva a corto, medio y largo plazo, la viabilidad técnica, financiera, política, operativa, comercial del emprendimiento.

- Tomar decisiones respecto a la continuidad o finalización del proceso emprendedor en función de las oportunidades y/o necesidades detectadas y los análisis y evaluaciones desarrolladas, haciéndose responsable de sus acciones y consecuencias.

2. Fase de Concreción: Para llevar a cabo las funciones de planificar e implementación la persona emprendedora, debe ser capaz de realizar las siguientes tareas o debe tener las siguientes competencias específicas:

- Configurar una visión a largo plazo para el emprendizaje en desarrollo, sustentada en la innovación y en un adecuado nivel de conocimiento de las capacidades y limitaciones personales o del equipo emprendedor.
- Contrastar y valorar oportunidades y amenazas asociadas al esfuerzo emprendedor.
- Identificar, dimensionar y proyectar en el tiempo las necesidades y tipos de recursos involucrados (financieros, humanos, de información, tecnológicos, etc.), así como los estándares de calidad a los cuales deberá responder el emprendizaje en todas sus dimensiones.
- Identificar ayudas y subsidios funcionales al emprendizaje.
- Establecer y valorar fortalezas y debilidades del emprendizaje.
- Buscar, evaluar y seleccionar fuentes de recursos con base a su contribución a la eficiencia y efectividad del emprendizaje.
- Identificar las competencias organizacionales que es necesario desarrollar.
- Definir la estrategia con que el proyecto abordará su actuación.
- Establecer alianzas (redes) estratégicas con los participantes sociales-organizacionales (stakeholders) de relevancia.
- Evaluar la viabilidad técnica, financiera, comercial, social, política, operativa del emprendizaje.
- Tomar la decisión de continuar o desestimar el emprendizaje.
- Definir valores, principios, objetivos, programas, políticas, procedimientos, normas y sistemas que permitan un adecuado funcionamiento del emprendizaje.
- Definir la estructura organizacional y funcional, considerando las necesidades de flexibilidad, cambio y adaptación que pueden surgir en la implementación de la iniciativa.

3. Fase de Gestión: para llevar a cabo las funciones de gestionar y desarrollar el emprendizaje la persona emprendedora debe realizar eficazmente, las siguientes tareas:

- Diagnosticar las necesidades y requerimientos individuales y organizacionales que impone el crecimiento del nivel de actividad o escala del emprendizaje.

- Desarrollar condiciones en la organización para favorecer el crecimiento de las personas y de los equipos.
- Identificar necesidades emergentes a través de procesos de diálogo, reflexión y pensamiento conjunto.
- Diagnosticar y retroalimentar los procesos organizacionales.
- Administrar el cambio y el crecimiento del emprendizaje, delegando tareas y responsabilidades, desarrollando las capacidades de los miembros del equipo.
- Explorar cíclicamente nuevas oportunidades de emprendizaje a nivel económico, social, organizacional.

Así, para finalizar este apartado se resume con lo que Godínez González y Hernández Moreno (2014) refieren al manifestar que la planeación estratégica provee una fuerza de dirección poderosa para unificar y coordinar las acciones asegurando el uso óptimo de los recursos en el proyecto emprendedor.

MÉTODO

Objetivos de la investigación:

Objetivo general:

Analizar las características de la capacidad emprendedora de planeación estratégica en estudiantes de Instituciones de Educación Superior del Norte del Estado de México.

Objetivos específicos:

1. Medir las características de la capacidad emprendedora de planeación estratégica en estudiantes de Instituciones de Educación Superior del Norte del Estado de México.
2. Identificar las características de la capacidad emprendedora de planeación estratégica que poseen los estudiantes de Instituciones Educación Superior del Norte del Estado de México.
3. Describir las características de la capacidad emprendedora de planeación estratégica que poseen los estudiantes de Instituciones de Educación Superior del Norte del Estado de México.

Tipo de investigación:

Cuantitativa

Alcance de la investigación:

La investigación tiene un tipo de alcance Cuantitativo - Descriptivo ya que busca únicamente indagar la capacidad emprendedoras de planeación estratégica en estudiantes universitarios del Norte del

Estado de México (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010). Asimismo, mide de forma cuantitativa las características relacionadas con esta variable.

Diseño de la investigación:

El diseño de investigación es no experimental de tipo Transeccional o Transversal, ya que de acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2010), tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una variable en una población determinada (Valle de Toluca) en un tiempo determinado, es decir se recopilaron datos en un momento único para una población específica.

Variabes:

Variables independientes	Variable dependiente
Visualización del resultados de sus acciones	Planeación estratégica
Definición de metas o propósitos	
Administración de recursos	
Aplicación de controles de calidad	
Evaluación y correcciones de acciones	
Propensión al riesgo	

Población:

La población con la que se trabajó en la presente investigación fueron estudiantes de Instituciones de Educación Superior del Norte del Estado de México que de acuerdo con la ANUIES (2020) son 21,831 que comprenden las regiones II, IV, XVI, XIV, llamadas Atacomulco, Cuautitlán Izcalli, Zumpango y Tultitlán. De lo anterior, la muestra fue probabilística aleatoria simple teniendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, aplicándose así un total de 378 instrumentos.

Recolección de datos:

Para el logro de los objetivos planteados en la investigación se diseñó el instrumento “Capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios” el cual se validó y confiabilizó para su aplicación. La validez del instrumento se sustrajo por medio del Análisis Factorial Exploratorio, obteniendo una puntuación de .968 por medio de la prueba de KMO, puntuación muy adecuada para estudios descriptivos. La confiabilidad se obtuvo por medio del Alpha de Cronbach con una puntuación de .963, lo que indica que es un instrumento valido para ser aplicado, y finalmente el análisis de correlación mostró que en total de las preguntas tiene al menos una correlación de pearson por arriba del 0.5 respecto de alguna otra pregunta del instrumento.

Análisis de datos:

El análisis de datos de la investigación presentada se llevó a cabo por medio de estadística descriptiva utilizando la media como medida de tendencia central de análisis y la desviación típica como medida de dispersión en función a esto los datos obtenidos por variables se muestran a continuación:

- 1. Visualización de resultados:** Esta característica, propia de los emprendedores, se refiere a esa habilidad innata o adquirida en poder anticipar los efectos de las acciones empleadas en el proyecto emprendedor, por tal motivo es de vital importancia ya que por medio de esta se pueden vislumbrar logros, aciertos, errores, áreas de mejora entre otras, así es necesario que las IES del Norte del Estado de México sean capaces de fomentarlas en sus estudiantes. En función a lo anterior, los resultados arrojados muestran lo planteado en la Tabla 1:

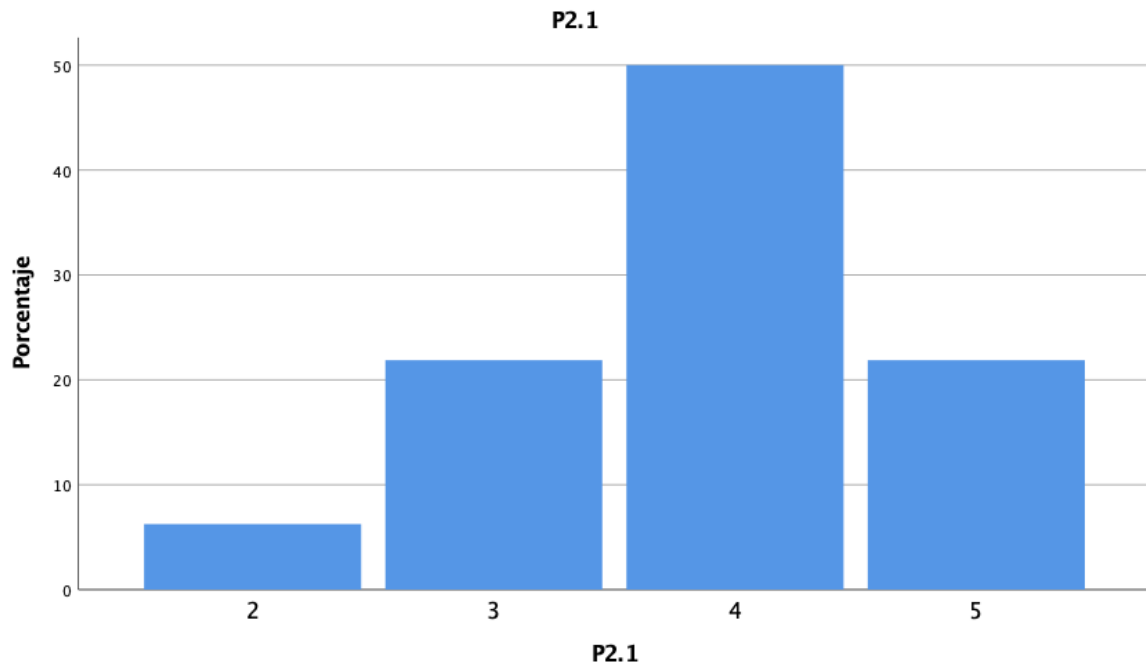
Tabla 1: Frecuencias y porcentajes de la variable *Visualización de Resultados*

P2.1			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	6.3	6.3	6.3
3	21.9	21.9	28.1
4	50	50	78.1
5	21.9	21.9	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De la tabla anterior, se interpreta que un porcentaje significativo de los encuestados puntuó en los dos indicadores más altos de la escala del instrumento, lo que se vuelve significativo ya que queda manifestado que las IES del Norte del Estado de México fomentan o procuraran desarrollar esta característica en sus estudiantes, estos resultados quedan expresados gráficamente en el siguiente histograma de frecuencias:

Gráfica 1: Histograma de la Característica de Visualización de resultados



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De la gráfica anterior, queda evidenciado el alto porcentaje de estudiantes que manifiesta lo referido en el párrafo anterior, ya que se muestra una media aritmética de 3.88. Sin embargo, también hay un porcentaje menormente significativo de estudiantes que indicaron las puntuaciones desfavorables y de indecisión por lo tanto es necesario que las IES del Norte del Estado de México tomen las medidas necesarias para que se establezcan acciones que las fomenten. En función a lo anterior, también se vislumbra una dispersión significativa en las respuestas de los estudiantes, teniendo una desviación típica de 0.833, indicando que las respuestas no son constantes en los encuestados.

- 2. Definición de metas o propósitos:** Un buen emprendedor debe ser un buen estratega y un buen estratega debe poseer la habilidad de poder definir objetivos y metas a largo, a mediano y a corto plazo, ya que esta característica permite tener una visión clara del proyecto emprendedor, así como saber qué es lo que espera de éste y cuáles son las áreas de oportunidad para intervenir, en función a lo anterior, se vuelve necesario medir esta característica en los estudiantes universitarios para determinar si sus universidades las fomentan, en función a esto los resultados arrojados por el levantamiento se muestran en la siguiente tabla:

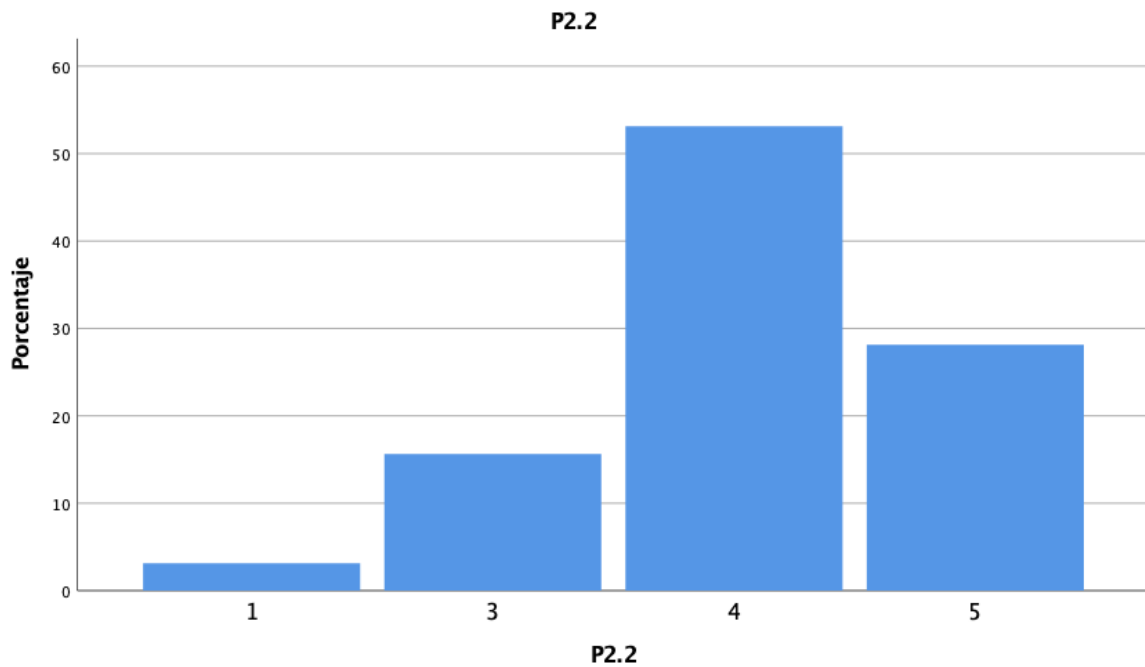
Tabla 2: Frecuencias y porcentajes de la variable *Definición de metas o propósitos*:

P2.2			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	3.1	3.1	3.1
3	15.6	15.6	18.8
4	53.1	53.1	71.9
5	28.1	28.1	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De lo arrojado por las frecuencias de los datos se aprecia que esta es una variable vislumbrada como fomentada en los estudiantes universitarios de las IES del Norte del Estado de México, mostrando un porcentaje altamente significativo en los indicadores de moderada satisfacción de la escala de medición del instrumento, teniendo una media aritmética de 4.03, reflejando la distribución de las respuestas en la siguiente gráfica:

Gráfica 2: Media y desviación típica de la *Característica Definición de metas y propósitos*



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

En función a lo anterior, la gráfica muestra el alto porcentaje, como ya se mencionó, de los encuestados que refieren poseer la característica en cuestión, mostrando asimismo, una desviación típica de 0.861, por lo que se infiere que la dispersión de las respuestas de los encuestados es amplia entre las puntuaciones 3, 4 y 5. De lo anterior, las IES del Norte del Estado de México, deben procurar realizar un plan de acción para mejorar significativamente esa característica, atendiendo a aquel 18.7% de estudiantes que lo requieren.

3. Administración de recursos: La administración de recursos es aquella característica en donde el emprendedor debe buscar gestionar los elementos necesarios para llevar a cabo el proyecto emprendedor. Asimismo debe ser capaz de racionalizar tales recursos para que se aprovechen al máximo y no existan gastos o pérdidas. Por tal motivo esta característica debe ser promovida y procurada por las universidades para asegurar el éxito en los proyectos de sus alumnos. Así, en virtud de lo mencionado, los datos arrojados por el levantamiento muestran lo que se refleja en la siguiente tabla:

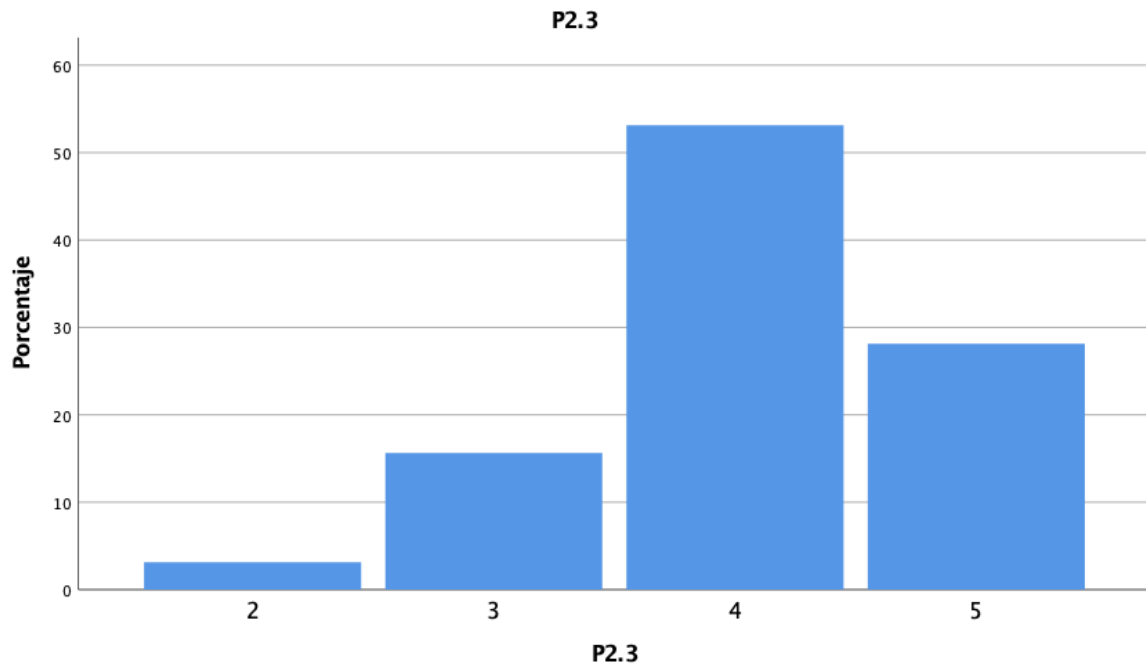
Tabla 3: Frecuencias y porcentajes de la variable Administración de recursos

P2.3			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2	3.1	3.1	3.1
3	15.6	15.6	18.8
4	53.1	53.1	71.9
5	28.1	28.1	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

En virtud a la Tabla 3, se muestra que al igual que en la variable anterior, ésta también presenta una alta tendencia a las puntuaciones altas, lo que refleja que los estudiantes de las IES analizadas también vislumbran esta característica como poseída. No obstante existe un porcentaje de 18.7% de estudiantes que manifiestan no tenerla o desconocer si la tienen, lo que se ilustra gráficamente en el siguiente histograma:

Gráfica 3: *Histograma de la Característica Administración de recursos*



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De lo mostrado en la gráfica anterior, se refleja que la media de la variable es de 4.0 con una desviación típica de 0.759, reflejando, por un lado, la tendencia de las respuestas de los encuestados hacia las puntuaciones elevadas en la escala del instrumento y, por otro, la disgregación de las mismas. Es decir, la mayoría de los jóvenes universitarios manifiesta poseer esta característica, no obstante, entre el porcentaje mínimo de estudiantes (18.7%) que indicaron las puntuaciones menores a 4 se encuentran un tanto disgregadas.

4. Aplicación de controles de calidad: Un proyecto emprendedor de calidad, desde la concepción inicial de la idea, será un proyecto que tenga ventajas competitivas, que vaya más allá de la materialización del proyecto. Hacer bien las “cosas” implica un modelo de gestión de calidad que englobe todos los aspectos, por mínimos que sean del proyecto. Por lo anterior, se consideró pertinente medir esta característica para determinar si las IES del Norte del Estado de México la procuran en sus estudiantes. De tal medición los resultados obtenidos fueron:

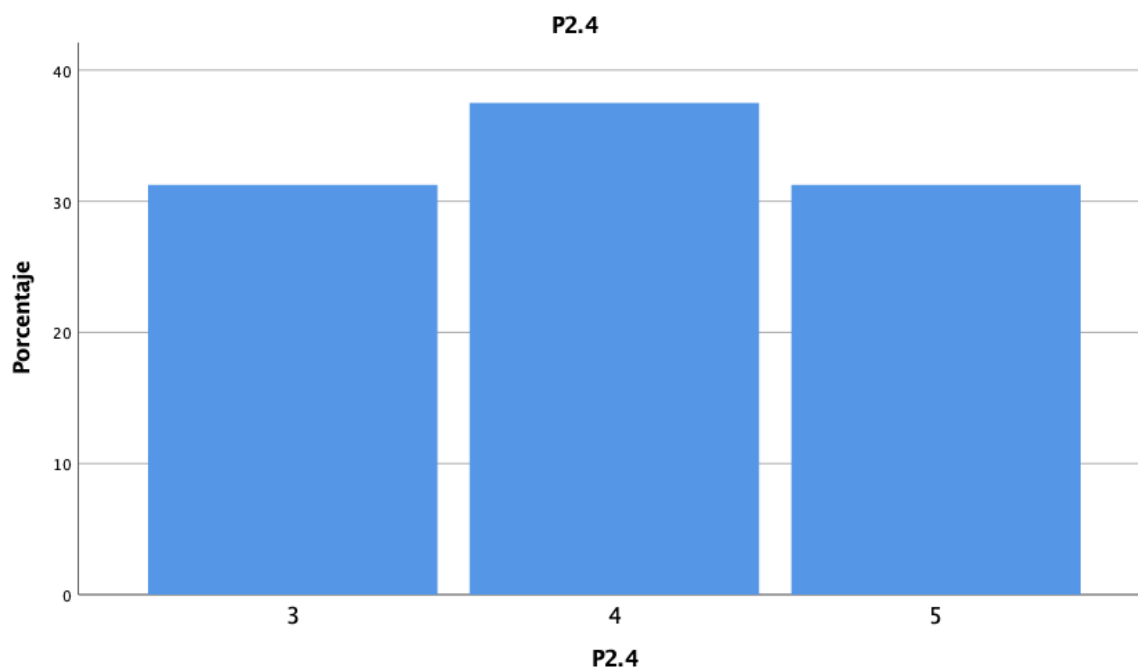
Tabla 4: Frecuencias y porcentajes de la variable *Aplicación de controles de calidad*

P2.4			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	31.3	31.3	31.3
4	37.5	37.5	68.8
5	31.3	31.3	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De lo mostrado en la tabla anterior, se analiza que si bien los porcentajes más significativos recaen en las puntuaciones altas, también hay otro que recae en la puntuación intermedia en la escala del instrumento, lo que muestra que la media aritmética de esta variable es de 4.0, lo que se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica 4: Media y desviación típica de la *Característica Aplicación de controles de calidad*



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

Así de lo mostrado en la Gráfica 4, se evidencia lo mencionado en el párrafo anterior y se complementa con la desviación típica de la variable, la cual es de .803, lo que indica que la dispersión

de las respuestas de los encuestados moderadamente constante. De lo anterior, es necesario que las IES del Norte del Estado de México desarrollen estrategias de intervención que se encaminen al fomento de esta habilidad en sus estudiantes (cuya puntuación la ponderaron en los indicadores de indiferencia y en aquellos menores en la escala del instrumento), para que así sepan generar ideas emprendedoras cargadas no solo de la parte operativa sino también con miras a buscar su calidad continua.

5. Evaluación y corrección de acciones: La evaluación constante de acciones permite al emprendedor identificar aquellas que sean susceptibles de modificación, aquellas que no están dando resultados y aquellas que son efectivas así, el emprendedor puede modificarlas y buscar opciones que lo lleven al buen cumplimiento de los objetivos, en función a esto, se vuelve necesario medir esta habilidad en los jóvenes universitarios para determinar si las instituciones de nivel superior en donde estudian las fomentan, así del levantamiento realizado se desprenden los siguientes resultados:

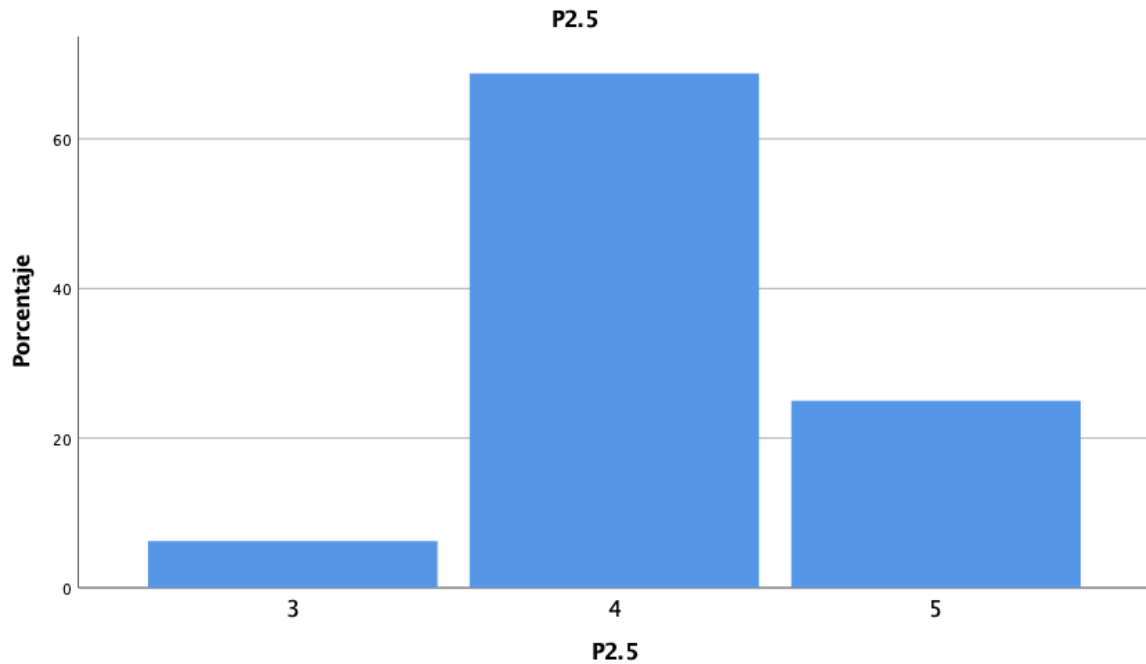
Tabla 5: *Frecuencias y porcentajes de la variable Evaluación y corrección de acciones*

P2.5			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	6.3	6.3	6.3
4	68.8	68.8	75
5	25	25	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

En función a la Tabla 5, se puede observar, que esta es una variable vislumbrada como poseída por más del 93.8% de los encuestados, lo que manifiesta que su media aritmética se encuentra en el indicador “De acuerdo” siendo de 4.19, con una desviación típica de .535, lo que se manifiesta gráficamente en el siguiente histograma:

Gráfica 5: Histograma de la Característica Evaluación y corrección de acciones



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

Del gráfico se puede analizar que en función a su media y a la desviación típica presentada, las respuestas de los encuestados fueron constantes en las puntuaciones altas de la escala del instrumento, por lo que se infiere que las IES del Norte del Estado de México estudiadas procuran fomentarla o desarrollarla en sus estudiantes, motivándolos a ser sujetos proactivos de sus propios proyectos.

- 6. Propensión al riesgo:** La propensión al riesgo entendida como aquella característica que promueve en los emprendedores la actitud de toma de decisiones, conlleva el compromiso de vislumbrar áreas de oportunidades, explorar nuevos terrenos y salir del *status quo* para generar un proyecto innovador y emprendedor, volviéndose así un aspecto digno de medición en los estudiantes universitarios como característica para analizar la capacidad emprendedora de planificación estratégica, es así que del cuestionario aplicado se muestran los datos presentados en la Tabla 6:

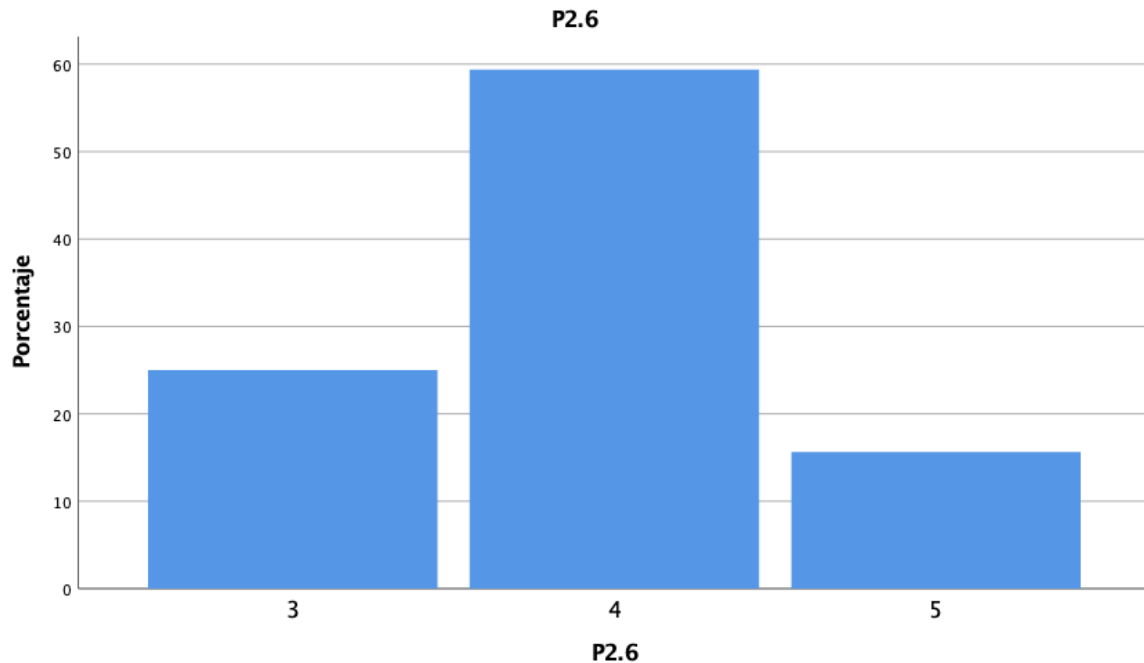
Tabla 6: Frecuencias y porcentajes de la variable *Propensión al riesgo*:

P2.6			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3	25	25	25
4	59.4	59.4	84.4
5	15.6	15.6	100
Total	100	100	

Fuente: *Elaboración propia (2020)*

De los resultados plasmados, se manifiesta que al igual que en la mayoría de las variables medidas en la investigación, esta también se percibe, por parte de la muestra seleccionada, como poseída, ya que más del 75% de los encuestados puntuó en los indicadores de satisfacción dentro de la escala del instrumento. Lo que se refleja en el siguiente histograma en donde la curva de los datos indica una media aritmética de 3.91:

Gráfica 6: Media y desviación típica de la *Característica Propensión al riesgo*



Fuente: *Elaboración propia (2020)*

Así, se refleja lo mencionado en el párrafo anterior, sin embargo, la curva de los datos, en función a las frecuencias presentadas, también muestra un porcentaje significativo de estudiantes que puntuó

el indicador de indecisión, volviéndose un foco de atención para que las IES estudiadas consideren fomentar en estos alumnos esta característica que les será de gran utilidad durante y al finalizar sus estudios universitarios. Finalmente en cuanto a la desviación típica de esta variable se tiene que es de .641, lo que indica que las respuestas de los encuestados son constantes entre las puntuaciones 4 y 5 del instrumento.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La planificación estratégica, es una parte firme del emprendimiento; no puede existir emprendedor sin un plan que dirija sus actividades, de lo contrario su proyecto emprendedor solo sería una ilusión. Pensar estratégicamente conlleva un alto esfuerzo y una gran preparación, muestra la disciplina con la que los emprendedores buscan la realización de sus proyectos. La planeación estratégica busca desarrollar emprendedores que sean capaces de gestionar recursos, definir metas y objetivos, se promuevan por la alta calidad, evalúen y corrijan acciones, pero que sobre todo sean capaces de asumir riesgos. Las universidades como instituciones educativas deben buscar la manera de fomentar en sus estudiantes esta capacidad que les servirá para desarrollar proyectos emprendedores de manera personal y social. Es así que la presente investigación buscó identificar aquellas características de la planificación estratégica que fomentan el emprendimiento en estudiantes universitarios, para que se puedan desarrollar líneas de intervención dentro de las IES del Norte del Estado de México

En función a lo anterior y al análisis presentado se infiere que la característica más fomentada por las IES del Norte del Estado de México en sus estudiantes es la de “Definición de metas o propósitos” seguida de la de “Evaluación y corrección de acciones”, la de “Propensión al riesgo” y la de “Administración racional de recursos” lo que implica que los estudiantes pueden proyectar un plan emprendedor en función a estrategias de negocios estructuradas. No obstante, las características de “Visualización de resultados” y la de “Aplicación de controles de calidad” son habilidades que requieren el desarrollo de estrategias que contribuyan a su fomento, ya que anticipar resultados promueve la mejora continua del proyecto y el hecho de asegurar la calidad de un producto o servicio genera un posicionamiento y ventajas competitivas al mismo.

De lo anterior, se resume que la capacidad de planificación estratégica es vislumbrada, de manera general, como poseída por los estudiantes de las IES del Norte del Estado de México. Lo que hace de los jóvenes que se puedan desarrollar como emprendedores en negocios particulares o dentro del sector empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alda-Varas, R., Villardón-Gallego, L., Elexpuru-Albizuri, I. (2012). Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology* 10(28), 1057 – 1080. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293124654006>.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2020). Anuario Estadístico de Educación Superior. Recuperado de: <http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior>
- Celaya Figueroa, R. (2013). Liderazgo Emprendedor. México: Emprendere.
- Godínez González, A. M. y Hernández Moreno, G. (2014). Planeación estratégica total. México: Ingius Media Innovation.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Leiva Bonilla, J. C. (2007). Los emprendedores y la creación de empresas. Costa Rica: Editorial tecnológica de Costa Rica.
- Rodríguez Moreno, D. C. y Gómez Murillo, A. X. (2014). Las competencias emprendedoras en el departamento de Boyacá. *Revista Apuntes del CENES* 33(58), 217 – 242. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479547210009>.