

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO



**FACULTAD DE CONTADURIA
Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

T E S I S

**"PROYECTO DE VISION PROFESIONAL LABORAL
PARA ALUMNOS
PROXIMOS A EGRESAR DEL INSTITUTO TECNOLOGICO
SUPERIOR DE APATZINGAN"**

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A:
Esmeralda Villegas Zamudio

Director de tesis:
Dr. Horacio Mercado Vargas

Morelia, Michoacán Agosto 2006



INDICE

	PAG.
RESUMEN	i
ABSTRACT.....	ii
INTRODUCCION	iii
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	V
JUSTIFICACION	vi
OBJETIVOS	vii
HIPOTESIS	viii
DESCRIPCION METODOLOGICA	ix

CAPITULO I

MERCADO LABORAL DE EGRESADOS DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR

1.1	Tendencias de empleo en México y Michoacán	1
1.2	La Globalización , el Tratado de Libre Comercio y la Educación Superior	4
1.3	Las Instituciones de educación Superior (IES), Egresados fracasados	6
1.4	Necesidades de orientación en las Escuelas de Educación Media y en la Familia	9
1.5	Empleo para los egresados de la IES	11
1.6	Los egresados de las IES como Empresarios	12
1.7	Las IES deben buscar la calidad y la excelencia	16
1.8	Perspectivas de las IES y el ámbito laboral en el futuro	20
1.9	Necesidades de Vinculación entre las IES públicas y el mercado laboral	25

CAPITULO II

ANTECEDENTES DEL INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR DE APATZINGAN (ITSA)

2.1	Historia del ITSA	27
2.2	Perfil de los egresados	31
2.3	Estadística de egresados	39
2.4	Expectativas del mercado laboral, visión docente	46
2.5	Análisis de factibilidad de la oferta educativa del ITSA , panorama regional.....	50

CAPITULO III

EL MERCADO LABORAL EN EL AREA DE INFLUENCIA DEL ITSA

3.1	Área de influencia	56
3.2	Análisis socioeconómico	60
3.2.1	Desempleo en Michoacán	61
3.2.2	El sector informal de la economía en Michoacán	62
3.2.3	Distribución de empresas en Michoacán	63
3.2.4	Distribución de empresas en Apatzingán	68
3.3	¿Donde esta el empleo?	69
3.3.1	Comunicaciones, el sector más dinámico	71
3.3.2	Tijuana, la ciudad más dinámica	72

CAPITULO IV

VINCULACION TECNOLOGICO-EMPRESA

4.1	Programa Dual	73
4.1.1	Breve Reseña del sistema dual en Alemania	73
4.1.2	El sistema dual en el ITSA	76
4.2	Convenios de Vinculación	78
4.3	Alternativas de Vinculación	81
4.3.1	El egresado como emprendedor	81
4.3.2	Incubadora de empresas	82
4.3.2.1	Las incubadoras de empresas y el desarrollo regional .	83
4.3.3	Difusión electrónica de egresados	85

CAPITULO V

TU EMPRESA, ES TU EMPLEO

5.1	Actitud Empresarial	91
5.2	Creatividad e innovación	93
5.2.1	Técnica de exploración de posibilidades	95
5.2.2	Técnica de tormenta de ideas	96
5.3	Análisis y evaluación de la idea comercial	97
5.4	Un modelo para la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales	100
5.5	Empresas Competitivas, Gestión de las pequeñas y medianas empresas (PYMES)	101
5.5.1	Pequeñas y Medianas Empresas de México PYMES	102
5.6	Tu plan de Negocios	104
5.7	Programas y apoyos de instituciones públicas y privadas	121

CAPITULO VI

PROPUESTA PARA CONCIENTIZACION Y MOTIVACION

6.1	Ser emprendedor ¿Por qué?	130
6.2	Cualidades del Ser emprendedor	131
6.2.1	Modelo de las 8 áreas de desarrollo de un ser humano	133
6.2.2	Modelo de las 24 Cualidades del Ser Emprendedor	135

RESULTADOS	155
------------------	-----

REFERENCIAS Y/O BIBLIOGRAFIA	164
------------------------------------	-----

ANEXOS

Anexo 1 Encuestas Docentes del ITSA

INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

	PAG.
Fig. 1 Explanada y Edificio Principal del ITSA	27
Fig. 2 Estadística de Egresados	39
Fig. 3 Estadística de Egresados de Lic. En Informática	40
Fig. 4 Estadística de Egresados de Ing. Industrial	41
Fig. 5 Estadística de Egresados de Lic. En Contaduría	41
Fig. 6 Estadística de Egresados de Ing. En Sist. Comp.	42
Fig. 7 Estadística de Egresados de Ing. Bioquímica	43
Fig. 8 Estadística de Egresados por carreras	44
Fig. 9 Eficiencia Terminal de los Egresados del ITSA	45
Fig. 10 ¿Existe Mercado laboral?	47
Fig. 11 ¿Donde esta el Mercado Laboral?	47
Fig. 12 ¿Orientar?	48
Fig. 13 Formación Emprendedora?	48
Fig. 14 Distribución del Estado de Michoacán	56
Fig. 15 Área de Influencia del ITSA según la matrícula	59
Fig. 16 Empresas de Michoacán según su Tamaño	67
Fig. 17 Empresas en Apatzingán según su Tamaño	68
Fig. 18 Proceso de Creación y Gestión de una Nueva Empresa	100
Fig. 19 Actitud de Servicio	136
Fig. 20 Desempeño Humano	141
Fig. 21 Vínculos a Egresados	138
Fig. 22 Lista de Egresados	139
Fig. 23 Datos de Egresados	140
Fig. 24 Tríptico Ser Emprendedor(Frente)	142
Fig. 25 Tríptico Ser Emprendedor(Interior)	143
Tabla 1 Alumnos Inscritos en el ITSA del Estado De Michoacán	57
Tabla 2 Alumnos Inscritos en el ITSA de otros estados	58
Tabla 3 Empresas Registradas del Estado de Michoacán	63
Tabla 4 Convenios Empresas-ITSA	80
Tabla 5 Programas y Apoyos	122
Tabla 6 S.E.	123
Tabla 7 NAFIN	124
Tabla 8 SEDECO	125
Tabla 9 STPS	125
Tabla 10 SEDESOL	126
Tabla 11 BANCOMEX	126
Tabla 12 SECODAM	127
Tabla 13 CANACINTRA	127
Tabla 14 CANACO	128
Tabla 15 SEDEUM	128
Tabla 16 COPARMEX	129

RESUMEN

Esta investigación pretende ampliar la visión del mercado laboral para los egresados de las Instituciones Educativas Superior, con la finalidad de que reconozcan las oportunidades y dificultades que puedan tener al momento de egresar y reconocer la realidad de que actualmente se ha inmerso en un mundo globalizado, el cual requiere de una inminente competencia, por lo que las exigencias son mayores para los profesionistas.

Además este documento reseña de forma breve la historia del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, así como los perfiles de sus egresados; así como las estadísticas de egresados por carrera, sexo, eficiencia terminal, etc.

Se presentan opiniones de los docentes del ITSA en cuanto al mercado laboral existente para los egresados, manifestando el compromiso que tienen al formar alumnos emprendedores y consideraciones que la institución debe llevar a cabo para la formación buscada de los alumnos.

Se realiza un análisis del área de influencia del ITSA, su entorno económico, mercado laboral y el desempleo en Michoacán. De las medidas tomadas como son la implementación del Sistema Dual en la institución.

La pretensión real de este trabajo, esta dirigida a quienes como alumnos y futuros profesionistas tengan el interés de generar sus propias oportunidades a través de la creación de una empresa, donde se le pretende guiar desde la necesidad de crear una idea hasta diseñar su plan de negocios, así como también para quien desea auto-evaluarse y reconocer sus cualidades y defectos, donde busque aprovechar las primeras y ver en las segundas oportunidades de mejora. Encontrara información que tiene como objetivo motivarlo y concientizarlo; para que reconozcan la capacidad que tienen de convertirse en seres emprendedores, mismos que tienen como visión clara obtener su éxito.

ABSTRACT

This investigation tries to extend the vision of the market the withdrawn ones of the superior educative institutions with the purpose of recognize the opportunities and difficulties that to at the time of withdrawing and recognizing the reality of which at the moment it is had and global world, which requires of an imminent competition, reason why the exigencies are greater for the graduations.

In addition this document review to brief form the history of the Superior Technological Institute of Apatzingán, as well as the profiles of withdrawn his; as well as the statistics of withdrawn by race, sex, terminal efficiency, etc.

Opinions of the educational ones of the ITSA as far as the existing labor market for the withdrawn ones appear, showing the commitment that have when forming enterprising students and considerations that the institution must carry out for the looked for formation of the students.

It is made an analysis of the area of influence of the ITSA, their economic surroundings, labor market and unemployment in Michoacán. Of the measures takings as they are the implementation of the Dual System in the institution.

The real pretension of this work, this directed to those who as professional students and futures have the interest to generate their own opportunities through the creation of a company, where is tried to him to guide from the necessity to create an idea to designing its plan of businesses, as well as for that it wishes car-to evaluate and to recognize his qualities and defects, where looks for to take advantage of first and to see in the second opportunities of improvement. It found information that it has like objective to motivate it and to open it; so that they recognize the capacity that they have to become enterprising beings, same whom they have like vision clear to achieve his success.

INTRODUCCION

En el presente trabajo se hace un análisis sobre la problemática en que se encuentra los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán (ITSA).

Como todo egresado de cualquier institución de nivel superior, esperan que al terminar sus estudios, puedan colocarse en empleos que les permitan conseguir una mejor calidad de vida.

Buscando y deseando puestos gerenciales, sin embargo estos ya se encuentran ocupados por personas con años de experiencia, o simplemente no hay fuente de empleos o están negados a la idea de buscar en otros lugares distintos al lugar de su origen, muchos de los egresados del ITSA, se encuentran con estas limitantes.

De lo anterior surge la necesidad de plantear algunas alternativas que puedan dar origen al conocimiento y motivación suficientes, en los futuros egresados del ITSA para que tengan la capacidad de reconocer y buscar las oportunidades en el mercado laboral existente en la actualidad, no sin dejar de crear una visión empresarial.

Por lo que en este proyecto de investigación se plantean seis secciones o capítulos, mismos que tratan de cumplir con el objetivo de nuestra investigación.

En el Capítulo I se analiza los antecedentes del mercado laboral para los egresados de instituciones de educación superior.

En el capítulo II, se menciona una breve reseña del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, perfiles, estadísticas y eficiencia terminal de los egresados, así como la visión laboral que tienen los docentes y la propia institución.

En el capítulo III, se analiza el área de influencia del ITSA, cual es el mercado laboral posible, la distribución de empresas tanto en el estado de Michoacán como en la región de Apatzingán.

En el apartado número IV, se revisa la vinculación que existe entre la institución con las empresas así como una breve reseña del Sistema Dual que pretende ser implementado en el ITSA, además se proponen algunas alternativas para la vinculación.

En el capítulo V se detalla información para que el futuro egresado no espere ser empleado sino que tenga la visión para ser empresario y cuente con las herramientas necesarias como son la creatividad, un plan de negocios y conocimiento de los programas y apoyos a los que podría tener acceso, para su actividad empresarial.

Finalmente en el capítulo número VI se plantean modelos de concientización y motivación para que los egresados y futuros profesionistas del ITSA se formen como Seres Emprendedores, con diversas cualidades que les permitan avanzar en sus metas y desarrollarse de forma integral.

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

La región del Valle de Apatzingán es principalmente agrícola, por lo que para los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán representa un entorno poco factible para la aplicación de sus perfiles profesionales, desde su apreciación; la problemática principal **“no encuentran trabajo”**, basándose en el precepto de que esperan ser contratados (empleados, sobre todo en Apatzingán) y no lo consiguen, la mentalidad de los nuevos profesionistas es permanecer en su región sin contemplar una visión amplia, “donde ellos puedan emigrar en busca de mejores oportunidades dentro y fuera del estado o proyectarse en su misma ciudad a través de su propia iniciativa (visión empresarial)”.

JUSTIFICACION

El potencial que existe en los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, es grande, puesto que cuentan con el nivel académico a la par de cualquier otro profesionista, solo hace falta que lo desarrollen al máximo. El ITSA se encuentra totalmente comprometido, para que los egresados se conviertan en factor de cambio dentro de cualquier ámbito.

La finalidad de este proyecto es dar a conocer las herramientas y ayudar al egresado para que desarrolle su potencial, para que se encuentre en la más grande posibilidad de integrarse al mercado laboral con éxito, la importancia de esto radica en evitar lo más que se pueda el desempleo de los futuros profesionistas egresados del ITSA, siempre que este alcance de la institución así como de los docentes quienes también han demostrado el interés por mejorar y ampliar la visión de los alumnos.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Ofrecer una visión amplia y clara para los alumnos próximos a egresar del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, que les permita integrarse al Mercado Laboral existente.

Objetivo Particulares:

- Implementar una estrategia para difundir a los alumnos la información adecuada.
- Proporcionar la investigación al Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán para apoyar en su desarrollo de profesionistas útiles a la sociedad.
- Conocer las áreas de oportunidad dentro del mercado laboral.
- Proponer estrategias de ayuden a disminuir el desempleo de los futuros egresados.
- Capacitar a los alumnos para que formen parte de la Actividad Empresarial, a través de la información propuesta.

HIPOTESIS

La falta de una visión clara y el desconocimiento del mercado laboral, de los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, aunado a la falta de fuentes de empleo que les permita aplicar sus conocimientos según su especialidad, así como el enorme deseo de encontrar empleo en la región, en lugar de tener iniciativa para generar su propia fuente de empleo; lo que les ha generado un sentimiento de frustración y conformismo; así como la falta de auto motivación, que les ha impedido desarrollarse y crecer; puesto que los conocimientos académicos los tienen.

DESCRIPCION METODOLOGICA

Se realizara una recopilación de material bibliográfico relacionado con el tema. Una vez analizado dicho material se procederá a realizar una síntesis de la teoría más relevante con el propósito de formar el marco teórico.

La investigación se llevara a cabo a través de información bibliografía y estudios de campo, donde se aplicaran algunas encuestas para conocer la visión que tienen los docentes del mercado laboral o que expectativas pueden tener estos sobre el futuro empleo de los egresados.

Los alcances del estudio serán de tipo institucional, ya que los resultados serán orientados de tal forma que puedan ser utilizados por el Tecnológico de Apatzingán.

Las limitaciones de la investigación, serán: el mercado laboral a observar es la Región del Valle de Apatzingán y del Estado de Michoacán, en ocasiones con enfoques de la Ciudad de Morelia, así como el tipo de estudio será de carácter documental y algunas técnicas de campo.

CAPITULO I

“ MERCADO LABORAL DE EGRESADOS DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR”

1.1 Tendencias de empleo en México y Michoacán

En un sistema de economía de mercado, el trabajo es la fuente básica de ingresos de la mayoría de la población. Por lo tanto, la generación de empleos suficientes y bien remunerados constituye el mecanismo idóneo para garantizar el bienestar social.

Así, el pleno empleo y la mejoría de las condiciones de trabajo deberían ser objetivos ineludibles de la política económica, en particular cuando hay rezagos acumulados. Sin embargo, tales objetivos se han descartado de los manuales de política económica y de los gobiernos nacionales, en el mejor de los casos, han pasado a segundo término en las discusiones de política económica. Todo eso a pesar de que la falta de oportunidades y empleos suficientes, en cantidad y calidad, es uno de los problemas más agobiantes a que se enfrentan las sociedades contemporáneas.

A partir de la recesión generalizada de principios de los años setenta, que inició la larga onda recesiva de alcance internacional que perdura hasta nuestros días, el desempleo abierto se convirtió en un padecimiento crónico en los países industrializados. En todo el mundo capitalista desarrollado se han remplazado los empleos estables por los temporales o de tiempo parcial, mientras que los salarios han crecido lentamente o se han estancado, la dispersión salarial ha ido en aumento y un número cada vez mayor de trabajadores sólo tienen acceso a puestos de salario bajo. En las economías de menor desarrollo relativo, el viejo problema de los empleos mal retribuidos o de baja productividad, que en 1969

había dado lugar a la creación del Programa Mundial del Empleo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) se ha agudizado desde el decenio pasado a raíz de la aplicación generalizada de las políticas de ajuste estructural impulsadas por los organismos financieros internacionales. Además, en la mayoría de estas naciones la tasa de desempleo abierto ha tendido a crecer, aunque en general es menor que en los países de capitalismo avanzado; los salarios reales han menguado y ese descenso se ha acompañado de mayores diferencias salariales entre sectores económicos y dentro de estos.

En los países de Europa Central y Oriental, que transitan de un socialismo centralmente planificado a una economía de mercado carente de regulaciones, en menos de una década el desempleo abierto aumento de casi cero a más de 9% además de registrarse una drástica caída de los salarios reales.

Según cálculos de la OIT, a fines de 1998 el desempleo abierto mundial ascendió aproximadamente a 150 millones de personas, a la par con unos 3,000 millones de personas que tenían empleos de tiempo parcial o percibían una remuneración por debajo del salario mínimo vital, situación que se traduce en un incremento de la pobreza. A estos problemas ampliamente reconocidos y documentados se suman los que resultan del cambio en la composición de la fuerza de trabajo en dos procesos simultáneos: feminización y rejuvenecimiento, que afectan la organización de la vida social y familiar.¹

¹ Rendón Gan, Teresa. "Tendencias del empleo en México", Revista de Comercio Exterior, vc.l. 49, núm. 3, marzo de 1999, p. 253.

México no se escapa a las tendencias mundiales aludidas, como podía pensarse a juzgar por el nivel relativamente bajo de la tasa de desempleo abierto y por el aumento de la tasa global de la actividad, que arrojan las encuestas de empleo levantadas en los años ochenta y noventa por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

El Estado de Michoacán no puede escapar a las tendencias que se presentan tanto en el ámbito mundial, como en el nacional. De tal manera que durante 1996, y como consecuencia de la crisis tan sólo se pudieron generar, en ese año, 776 empleos en todo el estado. En el año de 1997, apenas se generaron la cantidad de 2,783 nuevos puestos de trabajo.

Por otro lado, en el año de 1998 se crearon más o menos unos 9,000 empleos directos y permanentes, según datos proporcionados por el gobierno del estado. Aunque tal cifra es un poco dudosa, en la medida en que en apariencia se dio un repunte muy fuerte en relación con los años anteriores.

Cabe señalar que el aspecto de la generación de empleos en la entidad, es uno de los problemas que tiene que enfrentar de manera importante el gobierno de la entidad. De acuerdo con el Consejo Estatal de Población los empleos indispensables para satisfacer la demanda de la población en edad de trabajar es de 28 mil nuevos puestos permanentes anuales, lo que manifiesta un gran déficit.²

Además, en el estado de Michoacán no hay herramientas confiables, ni métodos adecuados para poder medir en forma correcta tanto el empleo, como el desempleo.

2 Gil Corona, Heliodoro. "La Voz de Michoacán", 16/06/99, p. 18 A.

1.2 La Globalización, el Tratado de Libre Comercio y la Educación Superior

El Tratado de Libre Comercio impacta directamente en la Educación Superior de México, y particularmente a la del Estado de Michoacán. Por lo que se hace necesario iniciar el proceso de acreditación de las carreras que se ofrecen en este tipo de instituciones, para que los estudios tengan validez en Estados Unidos y Canadá, y los egresados sean competitivos a nivel internacional. Pero, también con la finalidad de que se cumplan con los requisitos del mercado laboral tanto a nivel interno como externo.

Las IES, deberán buscar que Organismos Internacionales evalúen ciertos parámetros educativos y perfiles de los egresados para certificarlos. Es muy importante que las IES, tanto del sector público como privado, realicen convenios de vinculación real y no de papel, tanto con el gobierno como con la iniciativa privada. Con la finalidad de vincular a los egresados con el mercado laboral.

Por su parte, los sindicatos universitarios y algunas tendencias de la izquierda señalan que: "detrás de las cuotas, esta la privatización de la educación superior", consideran que no hay un proyecto que organice con sentido crítico la estructura intelectual para enfrentar las tendencias conservadoras de derecha.

En esa misma línea manejan que en México hay una educación superior sujeta a los mercados, una educación pública limitada y empobrecida, encaminada al fortalecimiento de una educación de las élites. Contextualizan que vivimos en un escenario donde las redes financieras están convirtiendo a la sociedad contemporánea en un casino global.

La crítica de las tendencias ya señaladas, parten de que el Estado se retira de su responsabilidad de apoyar con recursos financieros suficientes y necesarios a la educación en todos los niveles, y de manera particular a la educación superior, lo que se ha puesto de manifiesto en las drásticas reducciones que ha sufrido el presupuesto destinado a este nivel.

La educación superior es un elemento indispensable para el desarrollo integral del individuo y de la sociedad, particularmente en un mundo y un tiempo en que se da una gran interdependencia entre seres humanos.

La globalización ha hecho visible la necesidad de impulsar la educación en todos sus niveles. Muchos fenómenos, procesos y situaciones humanas que permanecían a la sombra de la ignorancia, son ahora rápidamente conocidos en todo el mundo.

Son evidentes los enfrentamientos bélicos, las desigualdades en el acceso a los bienes básicos, las diferencias entre regiones, los contrastes entre prosperidad y pobreza, no pueden eludirse los esfuerzos y consensos que pueden realizarse para transformar estas situaciones por más duras y crueles o inhumanas que sean.

La educación es fundamental para resolver los problemas señalados. En el contexto actual de tantos contrastes, de competencia, de cambios tan drásticos en lo que se ha llamado la globalización económica y el nuevo internacional, sólo la educación será la base del avance, sobre todo de los países más pobres, como México.

Es necesario acortar la distancia entre las instituciones educativas del primer mundo y las de los países que se encuentran en vías de desarrollo. "Profesores y alumnos de las universidades deben tener clara la importancia de estar actualizados en lo que se refiere a los avances tecnológicos".³

1.3 Las Instituciones de educación Superior (IES), Egresados Fracasados

La mayor parte de las IES de Michoacán son hoy consideradas como fábricas de fracasados, mediocres y frustrados. Más del 50% de los egresados acaban en tareas diametralmente opuestas a su carrera, en el subempleo, la economía informal, de taxistas o comerciantes. Al incursionar laboralmente, ganan entre 2,500 y 4,000 pesos, lo mismo que una buena secretaria, un carpintero o un técnico electricista.

Las cifras arrojan una brutal realidad, corroborada por hombres de negocios, profesores universitarios y funcionarios. La población en masa de las IES, ha dado lugar a que dos tercios de los egresados de la educación superior no ejercen la profesión elegida (según datos de las mismas IES).

Miles de casos anónimos confirman lo señalado. Según encuestas aplicadas a egresados, empresas, instituciones gubernamentales, familias, etc., concluyen lo mencionado. Se puede citar a manera de ejemplo casos muy claros al respecto: "Joel tiene 26 años y ya se siente fracasado. Siente que se ha fallado a sí mismo y a su familia, tanto a sus padres, como a su esposa y a su pequeño hijo. Hace cuatro años egresó de la Facultad de Ingeniería Civil, con promedio superior a nueve. No estudió en contra de su voluntad, ni forzado, sentía que la Ingeniería Civil era su verdadera vocación.

³ Morales. Gina. "La Voz de Michoacán", 28/09/99, p. 7 A.

Ya con el título en la mano, llegó a la industria de la construcción, golpeada por la crisis. Entró a chambitas, de dibujante, de topógrafo. Acabó de vendedor comisionista en una casa de materiales, que fue lo más cercano a su carrera que encontró".⁴

Otro caso semejante es el de "Carlos, que habiendo terminado la carrera de Cirujano Dentista, se estableció en distintas partes, con su consultorio particular con la finalidad de ejercer, sin embargo, se enfrentó con una fuerte competencia y poca clientela o casi nada. Finalmente se dedicó al comercio, actividad que la ha permitido vivir con tranquilidad. Resultado, frustración en la práctica de su actividad profesional."

Un ejemplo más, "Antonio estudió Ingeniería Química, al terminar buscó empleo en distintas industrias relacionadas con su carrera, en ninguna encontró ubicación, empezó a elaborar productos que en muy pocas ocasiones le compraban, por la falta de calidad. Acabo siendo empleado en una oficina que nada tienen que ver con su carrera. Resultado, frustración total.

El sueño color de rosa pintado en las aulas por los profesores universitarios en nada se parece a la realidad de la profesión. Muchos son profesionistas en la teoría porque nunca ejercieron, dedicándose sólo a la docencia.

Cerca de 3,500 jóvenes profesionistas egresan cada año de las aulas de la UMSNH. Sus posibilidades laborales son muy desalentadoras. La Universidad Latina de América ha formado a 400 egresados, de la Universidad de Morelia, han egresado apenas 25 nuevos profesionistas.

⁴ Favela, Javier y Bertha Ultreras. "La Voz de Michoacán", 29/04/99, p. 20 A.

De cada 30 jóvenes que logran concluir su licenciatura, menos de 10 encuentran empleo en su campo profesional. Ese diagnóstico arroja la Guía Profesional Ocupacional del estado, obra nicolaita, de sólida formación académica, impresa en Abril de 1999.⁵

Muchos sueñan con ingresar a la burocracia del Gobierno del Estado y ahí desarrollarse. Pero, como señala el Oficial Mayor: "No podemos admitir más gente". La Administración Pública, que fue una importante fuente laboral desde 1940, ya no lleva acabo contrataciones laborales.

Otros buscan en la iniciativa privada ubicación laboral. En Michoacán, el 98% de las empresas son micro y pequeñas, en consecuencia su capacidad para captar egresados de las IES, es mínima por no señalar que nula.

Hace falta que las universidades públicas ajusten su currícula a los mercados de trabajo. Por su parte las Universidades privadas abren carreras redituables para esas instituciones, que sólo inflan expectativas personales del alumno o de sus padres, pero no ven la realidad.

Más de 7,000 jóvenes ingresaron a las licenciaturas de la UMSNH, a partir de Septiembre del presente año, de los cuales muchos se quedarán en el camino, unos por deserción, otros por reprobación. Cabe señalar que se comenta que en algunas carreras, como en el caso de Filosofía, los egresados se mueren hambre. Lo que sin duda alguna tiene mucho de verdad.

⁵ Guía Profesional Ocupacional. UMSNH, 20/04/99, p. 9.

Se comenta que: "los egresados de Leyes, no saben sí ahorrar para titularse o para comprar las placas del taxi" o para la "licencia del puesto de tacos". Cabe señalar que en áreas de formación tales como Filosofía, Leyes, Economía, Contabilidad y Administración, son los mismos catedráticos y las escuelas que consideran que el mercado laboral de tales profesiones se encuentra saturado, agregan: "la gente no debe ser engañada, sobre las posibilidades laborales de los egresados".

1.4 Necesidades de orientación en las Escuelas de Educación Media y en la Familia

Es evidente la necesidad de orientación en las Escuelas de Educación Media Superior, la mayor parte de los estudiantes, no tienen la explicación y orientación adecuada sobre las carreras profesionales, su campo de acción o posibilidades laborales. En muchos casos por la falta de recursos de dichas instituciones, en otros por la carencia de personal capacitado al respecto, ya que la carencia de profesionales en Psicología, genera este tipo de situaciones.

Lamentablemente la deserción escolar, la reprobación y la saturación de carreras tiene mucho que ver con la información deficiente entre los alumnos de este nivel. La desinformación y prejuicios de la propia familia daña a los jóvenes al elegir su vocación, al señalar: "a lo mejor no encuentras trabajo", "de qué te vas a mantener con esa carrera", o "te vas a morir de hambre".

Muy frecuentemente, el problema inicia en el hogar, ya que muchos jóvenes se ven obligados o por lo menos ceden ante las presiones o chantajes familiares y terminan estudiando carreras que no les gustan, para las que no tienen vocación, ni siquiera el perfil necesario, tan solo por tradición familiar.

Cuando los jóvenes terminan la Educación Secundaria e ingresan a la Preparatoria, se encuentran muy desorientados. Por lo general los jóvenes que van de la Secundaria a la Educación Media Superior no saben leer ni escribir en forma adecuada, además tienen serios problemas de lenguaje. Lo que influye de manera básica en la ubicación vocacional.

Es preferible que los padres opten por no intervenir en una decisión personal que implicará toda o por lo menos la mayoría de la vida adulta de sus hijos, que los dejen seguir su vocación aunque esta no responda a la tradición ni las expectativas familiares, o no sea una carrera universitaria, ya que existen carreras técnicas con mayor campo de acción o crecimiento profesional.

Muchos de estos jóvenes incomprensidos se titulan y abandonan todo, piensan que entregándole el título a su familia ya cumplieron, sin embargo guardan un sentimiento de culpabilidad en su interior, salen a iniciar un futuro que ya habían agotado previamente.

Otro caso es el de los jóvenes que estudiaron la carrera de su elección, y al egresar se encuentran con una serie de obstáculos para poder colocarse en el mercado laboral, tanto los que quieren desarrollarse independientemente como los que desean ingresar a una empresa ya constituida, ya que en la mayoría de las universidades no hay bolsas de trabajo.

Un buen número de jóvenes se desanima a las primeras de cambio, cuando luego de peregrinar nadie les da trabajo en el área de su profesión, la situación genera sentimientos de incompetencia e incapacidad, una disminución de la autoestima y

hasta rebeldía y sentimientos de incomprensión e injusticia. El problema se agudiza en el caso de buenos estudiantes, con logros académicos significativos que ven que algunos de sus compañeros de estudios, que siempre se mantuvieron a la zaga en calificaciones lograron colocarse bien, mediante influencias o por amistades de la familia, hasta por un golpe de suerte.

1.5 Empleo para los egresados de la IES

Las bolsas de trabajo hierven de peticiones de empleo. Los estudios son meras cartas de presentación. Administración, Contabilidad, Medicina y Derecho son campos laborales sobresaturados. Por ejemplo, en la bolsa de trabajo del Ayuntamiento, informó que: "cada semana, hay entre 10 y 15 solicitudes de profesionistas desempleados. Son Contadores, Licenciados en Administración, Abogados sin experiencia práctica. Rara vez hay vacantes para ellos".

La bolsa de trabajo del Ayuntamiento de Morelia, tiene 80 plazas disponibles a la semana. Pero lo que reclama el mercado laboral son: secretarías, encuestadores, capturitas de datos, chóferes repartidores, agentes de ventas y obreros en general.

Empresas como la Pepsi-cola o la Coca-Cola, solicitan Licenciados en Administración de Empresas, expertos en reclutar personal, pero como los egresados de estas áreas de formación carecen de ese requisito no los contratan.

En las bolsas de trabajo del Gobierno del Estado o de las Empresas, se pueden encontrar solicitudes de empleo de dentistas, médicos, arquitectos, biólogos, y de

otras carreras profesionales, todos titulados, Pero, son a ellos a los que más se les dificulta encontrar trabajo.

Por lo general, son recién egresados de facultades, de clase media, cuya experiencia laboral no llega ni a seis meses. Entregan solicitudes por todos lados. Que desgraciadamente, nunca son contestadas favorablemente. Así, al paso de las semanas, aparece el desánimo y la frustración en los rostro de los egresados.

En muchos casos en la selección de candidatos a un puesto, no sólo influyen las calificaciones y la capacitación profesional sino aspectos tales como la apariencia personal, la actitud del aspirante o hasta el grado de simpatía que despierta en el posible empleador.

"La educación superior se debe proponer llevar acabo una reestructuración sin precedentes que responda a los criterios de modernización, requeridos por las nuevas realidades".⁶

1.6 Los egresados de las IES como Empresarios

Ante la situación del desempleo que enfrentan los egresados de las IES, es necesario buscar alternativas que les permitan encontrar una solución a este problema. Una de ellas y quizá de las más importantes es el que se puedan convertir en sus propios empleadores o generadores, incluso, de empleo para otras personas.

⁶ Nota publicada en "La Voz de Michoacán", 16/06/99, p. 21 A.

Los egresados de las IES deben tener una mentalidad y una nueva cultura empresarial en el sentido de aprovechar el potencial que tienen para convertirse en gente emprendedora.

Se requieren profesionistas que busquen alternativas de desarrollo en cualquier campo. Personas que no sean pasivas de ninguna manera.

Los egresados de las Escuelas de Educación Superior deben ser profesionistas que den empleo y no que lo pidan. Deben ser capaces de crear sus propios negocios. En la actualidad muchas IES, del país y de la entidad han comenzado a elaborar Guías con la finalidad de que los egresados puedan encontrar apoyos para iniciar sus propios negocios.

Por otro lado, es conveniente señalar que las Instituciones de Educación Superior deben difundir entre sus egresados la existencia de unas "Guías Empresariales" que pueden ser consultadas por cualquier estudiante o egresado de las IES, a través del Internet.

Las mencionadas Guías son una especie de instructivos con trámites y pasos para generar un negocio propio, en cualquiera de los 100 principales giros comerciales, así como un directorio completísimo, con teléfonos y nombres de proveedores y clientes.

Es necesario comentar que el 30 ó 40 por ciento del esfuerzo para proyectar un negocio se va a conseguir con información. De tal manera que todo estudiante que quiera emprender un negocio y auto-emplearse, puede consultar el Internet para recibir asesoría y capacitación empresarial. Sin embargo, la gran mayoría de los

estudiantes universitarios no tienen nociones mínimas para manejar una computadora, ya no digamos poseerla.

Las Guías Empresariales se desarrollan en colaboración con las principales cámaras y asociaciones empresariales del país, para facilitar la creación de negocios y modernizar las capacidades productivas y administrativas de las empresas, que generen posibilidades de empleo.

Hoy en día, las EES deben de buscar todo tipo de alternativas con la finalidad de que sus egresados puedan vincularse directamente con el sector productivo de bienes y servicios, o bien cualquiera otra alternativa.

Cabe señalar que la Universidad "Vasco de Quiroga" ha generado cuatro empresas:

“1.- El Grupo CIADCO que se integra con 14 estudiantes de las licenciaturas en Comercio Internacional, Administración de Empresas y Contabilidad. El giro de la empresa es la elaboración y distribución de licores de frutas naturales (mandarina, fresa y ciruela pasa) que se envasan en botellas artesanales hechas a mano.

2.- El Grupo Alten, con su proyecto "Apa'churro" está compuesto por 15 integrantes de las licenciaturas en Psicología, Sistemas Computarizados, Contabilidad y Comercio Internacional que se dedican a la elaboración de churros rellenos.

3.- Grupo PROESA (Productos Estudiantiles Alimenticios) se integra con 14 estudiantes de Contabilidad, Comercio Internacional, Administración y Sistemas Computarizados y se les conoce como "Royetti Repostería", cuyo trabajo es la

elaboración de pasteles con decoración a mano como se hacía antiguamente, además de la entrega a domicilio.

4.- Mordidona, del Grupo COSIEM, se compone de alumnos de Contabilidad, Administración de Empresas y Comercio Internacional, cuyo giro es la elaboración de donas de canela, chocolate, cajeta; crema pastelera y su nuevo producto: las donas elaboradas de hojaldra y rellenas de atún, mole o jamón con queso".⁷

Así, las IES deben apoyar el desarrollo de jóvenes emprendedores egresados, y tratar de vincularlos con empresas y entidades públicas. Cabe señalar que "la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, han establecido acuerdos para facilitar a los egresados de la citada institución educativa la creación de empresas. Con lo que se abren nuevas alternativas de desarrollo para los profesionistas".⁸

Por otro lado, es muy importante que los empresarios michoacanos se comprometan para apoyar a estudiantes o egresados, para que realicen diplomados en el extranjero y posteriormente se incorporen a la planta productiva del estado.

⁷ "Letere". Órgano de Comunicación Interna de la Universidad Vasco de Quiroga, mayo/99, p.I,

⁸ "La Voz de Michoacán", 15/05/99, p. 8 A.

1.7 Las IES deben buscar la calidad y la excelencia

Las IES de la entidad buscan la certificación de las carreras que ofrecen, empero, quizá solamente lo logren instituciones como la Universidad Latina de América, la Universidad La Salle, la Universidad Vasco de Quiroga, el Instituto Tecnológico de Morelia; solo por mencionar las más reconocidas.

Comentario aparte merece el Instituto Tecnológico de Morelia, para la trascendencia que ha tenido para el desarrollo de la entidad, del país, y por el lugar tan importante que tiene, y de forma sobresaliente el gran prestigio que ha logrado consolidar en la existencia que tiene. En sus 34 años de vida continúa cosechando frutos.

El Instituto Tecnológico de Morelia ha tenido un aporte intelectual muy significativo que ha servido para apuntalar el desarrollo y el progreso de la entidad y del país, han egresado 12,213 profesionistas. Quienes se han incorporado a la planta productiva, al sector social y al sector educativo, en diferentes niveles, de licenciatura, maestría y doctorado e incluso al principio en el nivel bachillerato, por lo que la contribución ha sido amplia en el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Otro caso muy especial es el del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Zamora (ITESZ), que tomando en consideración los recursos biológicos con que cuenta la región, ha llevado a cabo una serie de estudios para demostrar el impacto en la productividad de los cultivos, diversas prácticas tecnológicas, monitoreo o seguimiento de cultivos, plagas de insectos y enfermedades, y la disponibilidad de recursos como: agua, suelo y clima durante el desarrollo del cultivo se actualizará al sector agrícola y promoverá la innovación tecnológica.

La fresa en distintas variedades, así como la papa, en tres variedades han sido motivo de investigación por parte de esta institución. Por otro lado, también se llevarán a cabo estudios relacionados con el cultivo del tomate y del melón.

El beneficio de la práctica, de diferentes tecnologías se medirá principalmente en términos de calidad nutritiva y de sanidad de la cosecha. Asimismo se evaluarán los beneficios en la rentabilidad del cultivo para la mejora y optimización de la aplicación práctica de tecnologías.

El ITESZ informó que los materiales necesarios para la aplicación de la tecnología serán proporcionados por las empresas participantes, quienes a través de su participación en el proyecto dispondrán de recursos humanos y de equipo científico de los centros de investigación científica y de desarrollo involucrados.

Cabe señalar que los Tecnológicos, son IES que cuentan con prestigio, de tal manera que en la Ciudad de Uruapan, ha comenzado a funcionar un Instituto Tecnológico. Obra que ha sido una gran aspiración de la segunda ciudad del estado. Y que les dará la posibilidad de formarse a los jóvenes de esta región.

Por otro lado, un año de estudios de Contabilidad en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, cuesta 300 pesos pero la calidad académica es similar a la que se encuentre en las universidades privadas de la región centro occidente del país. El costo de un semestre es de 30 mil pesos en Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente; de 26 mil pesos, en la Universidad del Valle de Atemajac, de Guadalajara. Según el director de la Facultad de Contabilidad de la UMSNH: "los egresados de las universidades

privadas no tienen más oportunidades de acceso a la planta productiva, que los de universidades públicas".

Cabe señalar que la mencionada Facultad de la UMSNH, cumplió 38 años de existencia. Los contadores egresados de la Facultad han logrado ubicarse en puestos gerenciales en el Distrito Federal, en la empresa telefónica "Ericson", y hasta en la Bolsa de Valores de Nueva York, incluso en la Universidad de Riverside hay un profesor que salió de esa escuela.

En los planteles privados hay grupos reducidos, tienen de 10 a 15 alumnos, en comparación con las aulas nicolaitas que dan cabida hasta a 70 u 80 estudiantes.

En los planteles particulares los grupos reducidos permiten que los alumnos traten más al maestro y que estudien detrás de una computadora. Sin embargo, en Morelia, muchos profesores de la UMSNH son los mismos que dan clase en las universidades privadas además que estos no entran en competencia académicas.

Otra de las escuelas de la UMSNH que ha tenido importantes avances es la Escuela de Ingeniería Química. Ya que cuenta con un plan de estudios recientemente implementado, que presenta un mayor número de ventajas, ya que las materias relacionadas con la ingeniería se abordan con mayor profundidad y su temática está acorde con la actualidad tecnológica y científica.

La institución ha podido vincularse con el sector productivo y el sector social, en los últimos años se han podido establecer convenios de apoyo en la investigación

y el desarrollo tecnológico con las industrias de la localidad, principalmente con Crisoba y el Ayuntamiento de Morelia.

Otra institución de Educación Superior que trata de vincular a sus egresados con el campo laboral, es la Universidad La Salle de Morelia. De tal manera, que propuso la apertura de las Licenciaturas en Administración de Empresas y en Ciencias de la Educación en la ciudad de Zamora, que es una de las más grandes del estado, y por otro lado dichas licenciaturas son las que más demanda tienen entre los jóvenes egresados de la educación media superior.

Asimismo, "la licenciatura en administración de empresas turísticas se propone formar profesionistas capaces de concebir y promover el turismo como una necesidad básica para el desarrollo humano y social; así como de incidir tanto en el logro de una mayor vinculación entre la oferta y la demanda turística como en la optimización en la calidad de los servicios que se ofrecen. "Cabe señalar que este objetivo estaba relacionado con el crecimiento que la actividad turística ha tenido en el estado y en el país, y con las oportunidades laborales que en los últimos años se han abierto en esta región".⁹

El Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán (CIDEM) fortalece aspectos fundamentales como son la investigación, el campo educativo, consultoría a empresas michoacanas y para la toma de decisiones, así como el impulso a proyectos que impacten el crecimiento local y regional.

⁹ "La Voz de Michoacán", 19/05/99,-p. 2,4 A.

Otra institución que busca mejorar su calidad, es la Escuela de Enfermería del nivel licenciatura de la UMSNH. Ya que el Consejo Universitario aprobó un nuevo plan de estudios que incluye materias como Informática, Inglés y Medicina Alternativa que da a las egresadas mayor competitividad tanto a nivel nacional como internacional. En el nuevo plan se hace énfasis en aspectos éticos, con el propósito de mejorar la atención profesional y humana que deben ofrecer las enfermeras a los pacientes.

En la mencionada escuela de Enfermería "se impartirán clases sobre áreas como Informática, Inglés, Medicina Alternativa y Epidemiología de enfermedades infecciosas y no infecciosas, esta última se refiere a la atención que deben ofrecer a personas que enfrentan enfermedades como el Sida".¹⁰

1.8 Perspectivas de las IES y el ámbito laboral en el futuro

La educación y el empleo son factores fundamentales en los programas de gobierno de todos los candidatos a la presidencia de la República, ya que constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de la nación y para poder conseguir niveles mejores para la sociedad mexicana.

Las IES son las joyas de los sistemas educativos de los países desarrollados y una de sus armas principales en lucha por beneficiarse de la globalización. Pero resulta que la Educación Superior puede tener niveles de excelencia incluso en países subdesarrollados pero que cuentan con la voluntad de no dejar que el tiempo siga jugando en contra. Dos ejemplos son China e India, países en los que la pobreza y el retraso son desafortunadas características de esos dos enormes estados que son los más poblados del planeta.

¹⁰ Morales, Gina. "La Voz de Michoacán", 28/09/99, p. 9 A.

Que no obstante, cuentan con algunos de los centros académicos de mayor excelencia, que pueden competir con los mejores de cualquiera de los países desarrollados, lo que en buena medida ayuda a que su situación precaria sea menos difícil.

De las IES, no sólo salen las críticas del sistema imperante en país, sino, también, los cuadros de administradores y los argumentos, así como las teorías que sostienen, justifican y legitiman lo establecido. Es también en las aulas universitarias donde se preparan los analistas, los investigadores del gobierno y las empresas, y es en sus laboratorios y cubículos donde se producen buena parte de las innovaciones teóricas en el campo de las ciencias exactas, naturales y sociales, que luego son transformadas en productos, políticas, códigos y sistemas de organización y de creencias.

La educación superior actual no se desarrolla plenamente si se queda sólo en la transmisión y difusión del conocimiento, y no se mantiene integrada a la investigación, es decir, la creación de ese conocimiento. Sólo así, se puede lograr la esencia de la vida académica de alta calidad: “enseñar al estudiante y a la sociedad a pensar de manera crítica y científica”.

“Las IES son demasiado importantes para ser puestas en manos de la estrecha mente de quienes únicamente piensan y se mueven en función del mercado. La educación superior es un esfuerzo que puede parecer muy caro, además en los países subdesarrollados requiere de un gran subsidio público; pero finalmente, a la larga, no hay mejor inversión, que la inversión en formación, en cuadros humanos, en capital humano.

No cabe duda que la educación en general, y sobre todo de manera muy especial la educación superior, no debería someterse a los dictados del mercado o de los burócratas de hacienda, sus administradores y su comunidad entera, tiene la obligación de asumir la responsabilidad con la sociedad que proporciona los recursos que a pesar de todo siempre serán escasos”.¹¹

La educación superior y la investigación científica tienen un valor estratégico como medios para el avance social, cultural y económico del país, incluyendo el logro de una mayor mejoría de la calidad de vida.

De acuerdo con lo anterior, “el Director General del Instituto Politécnico Nacional, Ing. Diódoro Guerra Rodríguez ha declarado: "con un crecimiento superior a cinco puntos porcentuales, sé logrará la generación de empleos y estos a su vez garantiza un mejor nivel de vida para los mexicanos". Por lo mismo, afirmo que sólo mediante un mayor apoyo presupuestal se deberán impulsar aún más la investigación y la innovación, a los profesionistas, científicos e instituciones de educación superior”.¹²

Por otro lado, es necesario recalcar que el gobierno del estado de Michoacán, ha empezado a tomar medidas y a realizar un planeación que le permita enfrentar de manera adecuada a los retos de la globalización, a la necesidad de calidad en el trabajo, de una permanente capacitación, de una vinculación real entre las IES y el sector productivo de bienes y servicios, de buscar niveles de certificación, para elevar la productividad.

¹¹ Meyer, Lorenzo. "La Voz de Michoacán", 15/10/99, p. 18 A.

¹² Guerra Rodríguez, Diódoro. "NOTIMEX", 15/10/99.

Cabe señalar que cada vez es más imperativo el que los profesionistas se actualicen de manera continua, ya que la formación profesional que reciben en las IES, no es una garantía para competir por los puestos en el mercado de trabajo. El Lic. Juan Benito Coquet Ramos, en relación con lo anterior señaló: en el pasado se educaba para la curricula; sin embargo, "hoy se debe cambiar ese paradigma y sustituirlo por el de la educación permanente y durante toda la vida, para que el individuo pueda contar con las herramientas que te permitan obtener un nivel de vida más digno y cierto."¹³

Las múltiples necesidades que los cambios de la época que vivimos, ha dado lugar a que los profesionistas de las distintas ramas busquen alternativas para ampliar su formación. Un ejemplo lo encontramos en el convenio que celebraron por un lado el Instituto Tecnológico de Lázaro Cárdenas y por el otro el Centro para la Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán (CEDEM), por el que la segunda institución impartirá en el plantel del mencionado Tecnológico, la Maestría en Calidad Total y Competitividad.

Ese pos-grado ha permitido a los egresados incorporarse a diferentes empresas como ejecutivos, gerentes, algunos han creado sus propios despachos de consultaría, otros han logrado incorporarse a niveles de dirección en distintos contextos laborales de la entidad.

Los retos del mercado laboral y de la sociedad cada vez son mayores, lo que genera que los profesionistas tengan una mayor preparación para dar solución a los problemas que se presentan.

¹³ Gutiérrez Rocha, Yolanda. "La Voz de Michoacán", 15/10/99, p. 28 A.

En el futuro, la participación de los universitarios o de los egresados de las IES será muy importante para las decisiones que se puedan dar en cualquier contexto de la sociedad, y de manera muy especial en lo que atañe a la creación tanto de empleos como de empresas de distinta índole.

Tal es el caso de “un estudio de mercadotecnia realizado por la Universidad del Valle de Atemajac, que se refiere a un proyecto para la inversión de casi un millón de dólares por parte de la Organización Ramírez en la instalación de un Cinépolis en la ciudad de La Piedad. El estudio lo realizaron estudiantes de mercadotecnia de la UNIVA, encuestas aplicadas destacaron que las actuales opciones de entretenimiento con que cuenta ese municipio, son muy escasas y sobre todo carecen de calidad en servicios, higiene y diversidad de películas”.¹⁴

Un aspecto que a últimas fechas se ha dado a conocer es que las instituciones crediticias se encuentran afectadas por una crisis. Lo que provocara que en lo que resta del año de 1999, al menos unos 5 mil trabajadores bancarios podrían ser despedidos. Las instituciones bancarias se ven en la necesidad de reajustar su personal, para enfrentar sus problemas de capitalización, con lo que evitaran enfrentar una crisis financiera y podrán reducir sus gastos de operación.

La situación del sistema bancario ha provocado miles de despidos, “sólo en el año de 1998 se reajustaron unos 20 mil trabajadores como consecuencia de la quiebra, altibajos económicos y las fusiones entre las instituciones de crédito”.¹⁵

¹⁴ Lemus Barajas Jesús. “La Voz de Michoacán”, 16/10/99, p.6A.

¹⁵ Nota publicada en “El Universal”, 26/10/99, p. 6

Por lo que se refiere al estado de Michoacán, esos despidos de trabajadores bancarios también afectan de manera importante a los egresados de las IES, ya que tal sector representa una alternativa para muchos profesionistas que verán más limitada sus oportunidades de acceder a una posición laboral dentro de un mercado de trabajo cada día más competido y reducido.

1.9 Necesidades de Vinculación entre las IES públicas y el mercado laboral

Es conveniente que las IES públicas busquen alternativas para vincularse con el sector productivo de bienes y servicios, que es el objetivo, final de las mismas. De manera tal que se puedan adecuar a los requerimientos, de todo tipo de profesionales en los distintos tipos de organizaciones.

Ya es necesario que las IES públicas se manejen con una visión académica y vinculada con el sector productivo, entonces deberían establecer una planeación en ese contexto. Casi siempre el manejo ha sido más bien político, de acuerdo con los intereses de grupos o de presiones al interior o exterior de las mismas.

Con el seguimiento a los egresados se puede tener una idea más clara de la calidad y formación que reciben los futuros profesionistas. De acuerdo con las expectativas de las IES: "si se observa que en el mercado de trabajo se requiere cierto tipo de profesionistas, se hacen esfuerzos por seguir, impulsando las carreras que más se necesitan en los tiempos actuales".

Como ya se ha asentado, el mercado se encuentra saturado y los egresados se ubican en áreas laborales que no tiene que ver con su formación, por lo que las

IES necesitan encontrar alternativas para que los profesionistas que forman puedan desenvolverse en los medio laborales.

Así, si las IES ponen más atención a sus egresados, podrán tomar medidas para formar mejor a los futuros profesionistas, y ubicarse día a día en las necesidades de un mundo cambiante.

El Instituto Tecnológico de Morelia organiza cada año un ciclo de conferencias denominado "Tecnotrónica", que: "contempla la participación de investigadores, miembros de importantes empresas, catedráticos y estudiantes distinguidos. El evento se enfoca a la carrera de electrónica. En dicho evento los alumnos presentan sus proyectos de investigación ante sus compañeros como una forma de fogueo, pero también de reconocimiento, de dedicación; porque provoca que investigadores de otras instituciones y empresarios de diversas industrias muestren su visión de la ingeniería, y de la manera como se imparte en dicha institución. Lo que permite al sector productivo tener más vinculación y relación con la formación de profesionales".¹⁶

¹⁶ Nota publicada en "La Voz de Michoacán", 28/09/99, 7 A.

CAPITULO II

“ANTECEDENTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE APATZINGAN (ITSA)”

2.1 Historia del ITSA

Breve historia del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán.



FIG. 1 EXPLANADA Y EDIFICIO PRINCIPAL DEL ITSA

En Mayo de 1992, en visita que hiciera el entonces C. Presidente de la República el Lic. Carlos Salinas de Gortari, a la región de Apatzingán, diversos sectores de la población, solicitaron la creación del Instituto Tecnológico de Educación Superior, en respuesta a esa demanda, se asumió el compromiso presidencial en el sentido de que para la construcción y operación del Tecnológico, deberían participar, además de la Federación, el Gobierno del Estado y el Municipio, los particulares a través de un Patronato.

De esta manera uno de los miembros del Patronato, el C. Pablo Rubén Bucio Salazar, dono un terreno de 24 hectáreas y CAPFCE (Comité Administrador del Programa Federal de Construcción de Escuelas) concluyo la primera etapa de las instalaciones en el mes de Mayo de 1994, consistente en una unidad académica departamental integrada por 8 aulas, un centro de cómputo, un laboratorio de química, un taller de dibujo y oficinas administrativas. El inmueble cuenta con un patio cívico y servicios generales.

En relación con la operación del Instituto, los Gobiernos Estatal y Municipal suscribieron un convenio mediante el cual se establecen las bases de organización y financiamiento a partes iguales.

El 7 de Julio de 1994, es designado Director General del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, el Ing. David Gómez Chaman quien con un grupo multidisciplinario se aboco a realizar las investigaciones y los trabajos para la definición y las carreras a implantar y el establecimiento de los planes y programas, así como los requisitos y las tareas relativas a la puesta en marcha del Instituto Tecnológico.

El 5 de Septiembre de 1994 se realiza la ceremonia de apertura de cursos, con solamente dos carreras las cuales eran: Ing. Industrial y Lic. Informática; con una matrícula de 118 alumnos.

El Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, se crea como un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio; el 30 de junio de 1994, por el Lic. Ausencio Chávez Hernández Gobernador del Estado de Michoacán.

Actualmente el director general del ITSA es el Lic. Virgilio Ortuño Ortiz.

A la fecha se cuenta con 6 carreras:

Ing. Industrial

Lic. en Informática

Lic. en Contaduría

Ing. en Sistemas Computacionales

Ing. Bioquímica

Ing. Civil

Se han impartido las Maestrías De:

Administración y Ciencias Computacionales a través de convenidos de colaboración por parte de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo y el Instituto Tecnológico de Morelia respectivamente para dichas maestrías.

Ubicación Regional:

El Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, se encuentra localizado en uno de los 31 Estados de la República Mexicana "MICHOACAN", en la parte sur - oeste, caracterizado por su productividad.

El Valle de Apatzingán está conformado por diez municipios: La Huacana, Aguililla, Buenavista, Churumuco, Gabriel Zamora, Francisco J. Mújica, Nuevo Urecho, Parácuaro, Tepalcatepec y Apatzingán, con una extensión territorial de 8,347.96 km², que representan el 14.5% del Estado. El Valle se localiza entre los 18° 14 00" y 19° 12 45", latitud norte y 101° 32 15", con 102° 22 00" de longitud oeste, con 805.71 kms². Que representan el 1.35% del total del Estado. El

Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán se localiza en el kilómetro 3.5 de la carretera Apatzingán-Aguililla.

La región se caracteriza por una topografía muy accidentada, que forma parte del sistema volcánico transversal. Los Ríos Balsas, Tepalcatepec y la Sierra Madre del Sur forman el “Valle de Apatzingán”. Las altitudes oscilan entre 320 y 950 mts. Sobre el nivel del mar. El clima predominante es tropical con lluvia de verano y seco estepario. La temperatura mínima de 18º c y la máxima de 45º c. La precipitación pluvial anual se registra entre los 369 y 1000 MI. Los principales ríos son: el Tepalcatepec, Apatzingán y el Balsas. Cuenta con tres presas: Zicuirán, Rosario y la principal la “Constitución de Apatzingán”.

2.2. Perfil de los egresados



Objetivo de la Carrera:

Formar a los profesionales de la Ingeniería Industrial como, emprendedores, analíticos y creativos capaces de diseñar y aplicar mejoras en los sistemas productivos de bienes y servicios, mediante el uso adecuado de los recursos disponibles, actuando como agentes de cambio en su entorno.

Perfil del Egresado:

Al término de sus estudios, el Ingeniero Industrial estará capacitado para:

- 1.- Diseñar, implantar y mejorar sistemas de planeación y control de la producción de bienes y servicios.
- 2.- Diseñar, Implantar y mejorar sistemas y métodos de trabajo.
- 3.- Diseñar, implantar y mejorar sistemas de control de calidad.
- 4.- Diseñar y aplicar técnicas para la medición y evaluación de la productividad.
- 5.- Formular y evaluar proyectos de inversión.
- 6.- Realizar estudios de localización y distribución de plantas.
- 7.- Aplicar técnicas para la administración de recursos humanos.

Campo de Acción:

El Ingeniero Industrial es un profesional que puede incorporarse a instituciones públicas o privadas, tanto en empresas que utilizan tecnología de punta en este campo como en aquellas cuyo nivel tecnológico sea incipiente, así mismo, puede desempeñarse en diversas áreas de aplicación de la Ingeniería Industrial, ya sea micro, pequeña, mediana o grandes empresas.



Objetivo de la Carrera:

Formar ingenieros bioquímicos con capacidad de aplicar el método científico para el aprovechamiento racional e integral de los recursos bióticos, en la producción de bienes y servicios que coadyuven a elevar el nivel de vida de la sociedad y desarrollar procesos de conservación e industrialización de productos alimenticios.

Perfil del Egresado:

- 1.- Colaborar en la planeación, implementación y desarrollo de agroindustrias alimentarias, tanto a nivel regional como nacional.
- 2.- Diseñar procesos a escala tipo piloto o industrial para el aprovechamiento de recursos de carácter biológico.
- 3.- Participar en el diseño y análisis económico de los procesos de la industria alimentaria y de carácter químico biológico, así como el establecimiento de sistemas de control de calidad.
- 4.- Incorporarse a dependencias gubernamentales, empresas públicas o privadas, instituciones de educación y centros o institutos de investigación.
- 5.- Generar su empleo a través de la creación de micro y pequeñas empresas.

Campo de Acción:

El ingeniero bioquímico, es un profesional que puede incorporarse a la industria de fermentaciones como en la de levaduras, alcoholes, cervezas, vinos; industrias de alimentos, de pesticidas, de polímeros, deshidratadoras o empacadoras; pinturas, cosméticos, etc.

**Objetivo de la Carrera:**

Formar Ingenieros Civiles con capacidad técnica y científica para atender con eficiencia y oportunidad los requerimientos que genera el desarrollo de la sociedad, mediante la planeación, diseño, ejecución, conservación y operación de obras civiles, conservando el equilibrio de los ecosistemas.

Perfil del Egresado:

Al término de sus estudios el Ingeniero Civil estará capacitado para:

- 1.- Manejar los conocimientos de física y matemáticas para entender y prever el comportamiento mecánico de los materiales y obras de construcción de todo tipo.
- 2.- Dar solución integral a problemas concretos, entender y usar eficazmente paquetes de cómputo.
- 3.- Saber analizar y diseñar tanto conceptualmente como en detalle las obras civiles de diverso tipo y organizar, presupuestar y supervisar su construcción.

- 4.- Tener capacidad de crear tecnologías propias mediante la investigación y participar en los procesos de asimilación tecnológica, adaptando y usando la tecnología recibida.
- 5.- Habilidad para comunicarse correctamente en forma oral, escrita y gráfica, así como coordinar personas y grupos interdisciplinarios y de especialistas en las diversas ramas de la Ingeniería Civil.
- 6.- Usar con agilidad los conocimientos básicos y específicos de las diversas ciencias de la ingeniería relacionados con el comportamiento mecánico de los materiales de construcción, el subsuelo y el agua.
- 7.- Conocer el contexto donde se desarrollará, así como sus recursos y necesidades y entender por lo menos una lengua extranjera.
- 8.- Observar y adaptarse a los cambios del medio ambiente y las condiciones para realizar su trabajo.
- 9.- Tener una actitud de constante actualización y disposición para entrenar a sus subordinados, una actitud humanista y de servicio a la sociedad en el ejercicio de sus profesión

Campo de Acción:

El Ingeniero Civil es un Profesional que está capacitado para participar en las siguientes ramas:

- 1.- Edificación: Unidades habitacionales, centros asistenciales, centros comerciales y religiosos, unidades deportivas y naves industriales, entre otros.
- 2.- Vías de comunicación: Carreteras, ferrocarriles, transporte metropolitano, puertos, aeropuertos, helipuertos y otras.
- 3.- Hidráulica: Principalmente presas, obras de riego, abastecimiento de agua potable, drenaje y alcantarillado, obras de defensa y otras.
- 4.- Organización: Agua potable y alcantarillado, vialidad y disposición de desechos, entre otras.

5.- En la administración de recursos humanos y en el desarrollo de nuevas formas de la ingeniería y en el campo académico y de la investigación.



Objetivo de la Carrera:

Formar profesionales capaces de diseñar y desarrollar sistemas de software que permitan propiciar el fortalecimiento de la tecnología nacional; administrar proyectos de desarrollo, especificación y evaluación de configuraciones de sistemas de cómputo en todo tipo de organizaciones.

Perfil del Egresado:

- 1.- Participar en la programación de dispositivos digitales.
- 2.- Diseñar, instalar y evaluar redes de computadoras.
- 3.- Investigar para fortalecer el desarrollo cultural, científico y tecnológico.
- 4.- Dirigir y coordinar grupos interdisciplinarios para realizar aportaciones en su área.
- 5.- Identificar métodos de evaluación del impacto tecnológico.
- 6.- Mejorar y aplicar su ingenio y conocimiento en la integración de herramientas para la toma de decisiones.

Campo de Acción:

El Ingeniero en Sistemas Computacionales es un profesional ilustrado en el campo de desarrollo e innovación de sistemas de información, con capacidad para automatizar áreas de servicio, seguridad y procesos, en pequeñas, medianas y grandes empresas.



Objetivo de la Carrera:

Egresar profesionistas con una formación interdisciplinaria con el conocimiento y manejo de los elementos informáticos; que tenga la capacidad de analizar situaciones reales y plantear soluciones a los problemas detectados en el desarrollo del procesamiento de datos en una organización, para mejorar su calidad y productividad. Se busca además el compromiso con la problemática nacional y actuar como agente de cambio en su área.

Perfil del Egresado:

- 1.- Desarrollar e implantar sistemas de información. Para manejar eficientemente la organización de los datos e información que el sistema produce.
- 2.- Realizar estudios de factibilidad operativa, técnica y económica para proyectos informáticos, seleccionar equipo, desarrollar sistemas de información y adquirir productos de programación.
- 3.- Seleccionar y administrar personal y equipo, necesarios para una unidad de servicios de cómputo.
- 4.- Diseñar, instalar y evaluar redes de computadoras.
- 5.- Establecer comunicaciones con profesionales de otras disciplinas para identificar áreas de oportunidad para el procesamiento de datos.
- 6.- Conocer y aplicar la legislación informática.
- 7.- Colaborar en la solución de problemas de la comunidad, aplicando conocimientos informáticos.
- 8.- Desarrollar software de vanguardia en diversas áreas de aplicación, tales como graficación, multimedia, comunicaciones y el diseño.

- 9.- Realizar actividades de asesoría y auditoría en informática.
- 10.- Establecer e implantar estándares de calidad en los sistemas de información.

Campo de Acción:

El Licenciado en Informática es un profesional que puede prestar sus servicios en cualquier organización productiva de bienes y servicios, de los sectores público, privado y social. De igual forma estará capacitado para desempeñarse de manera independiente prestando sus servicios profesionales.



Objetivo de la Carrera:

Formar profesionales de la contaduría capaces de diseñar, establecer, aplicar, controlar, analizar y evaluar sistemas de información contable, administrativa, financiera y fiscal para la toma de decisiones de las entidades económicas que a su vez participen en la dinámica socioeconómica a través de la investigación.

Perfil del Egresado:

- 1.- Aplicar los principios de la contabilidad universalmente aceptados, las normas y procedimientos de auditoría, tanto nacionales como internacionales.
- 2.- Dictaminar estados financieros.
3. - Diseñar sistemas de información contable, administrativa, fiscal y financiera.

4. - Asesorar y participar en la toma de decisiones de inversión y de financiamiento y en la planeación financiera de las entidades económicas.
5. - Aplicar una metodología de carácter contable para fundamentar sus decisiones.
6. - Analizar e interpretar la información financiera de una entidad, para fundamentar sus decisiones.

Campo de Acción:

El licenciado en contaduría puede incorporarse a todo tipo de organizaciones, sean públicas o privadas, agropecuarias, industriales o de servicios, o bien pequeñas, medianas o grandes. Asimismo, estará capacitado para desempeñarse de manera independiente, prestando sus servicios profesionales.

2.3 Estadística de egresados

El Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, cumpliendo actualmente con 12 años, desde su creación a egresado un total de 565 profesionistas en las diferentes carreras, con un total de 269 Mujeres y 296 Hombres, siendo la última generación de egresados en Febrero del 2006. Ver Fig. 2. Todas las estadísticas presentadas en este punto fueron elaboradas con los datos proporcionados por el Departamento de Control Escolar del I.T.S.A.

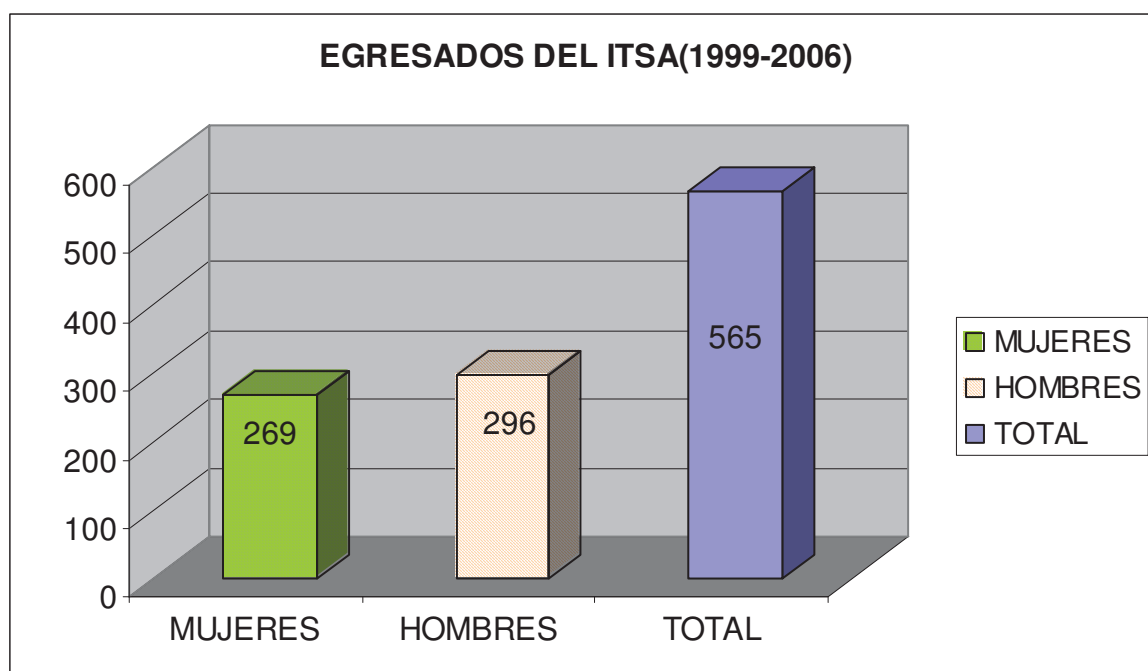


FIG. 2 ESTADISTICA DE EGRESADOS

En las siguientes graficas se observa el número de egresados por sexo y por carrera, así como el periodo de las generaciones, todas las estadísticas son a Febrero del 2006:

En la Carrera de Licenciatura en Informática, con especialidad en Redes han egresado 123 Mujeres y 133 Hombres con un total de 256. Fig. 3

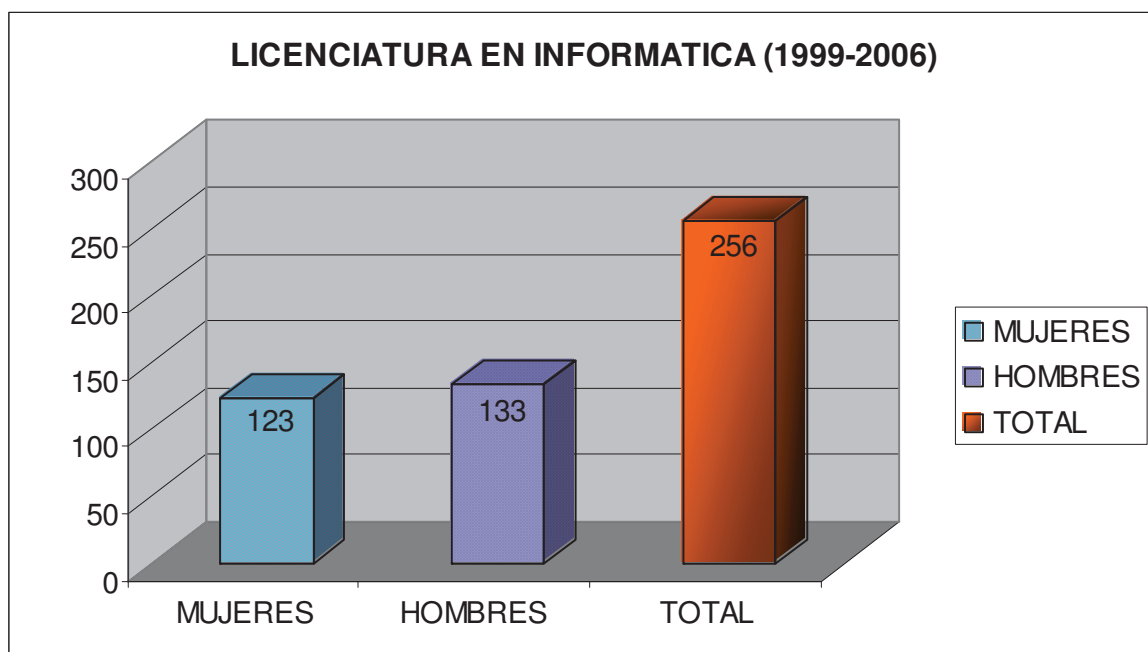


FIG. 3 ESTADISTICA DE EGRESADOS DE LIC. EN INFORMÁTICA

La carrera de Ingeniería Industrial con especialidad en Desarrollo de Emprendedores, junto con la de licenciatura en Informática fueron las primeras en iniciar el Tecnológico de Apatzingán, de sus filas han egresado 14 Mujeres y 73 Hombres, generando un total de 87 Ingenieros Industriales. Fig. 4

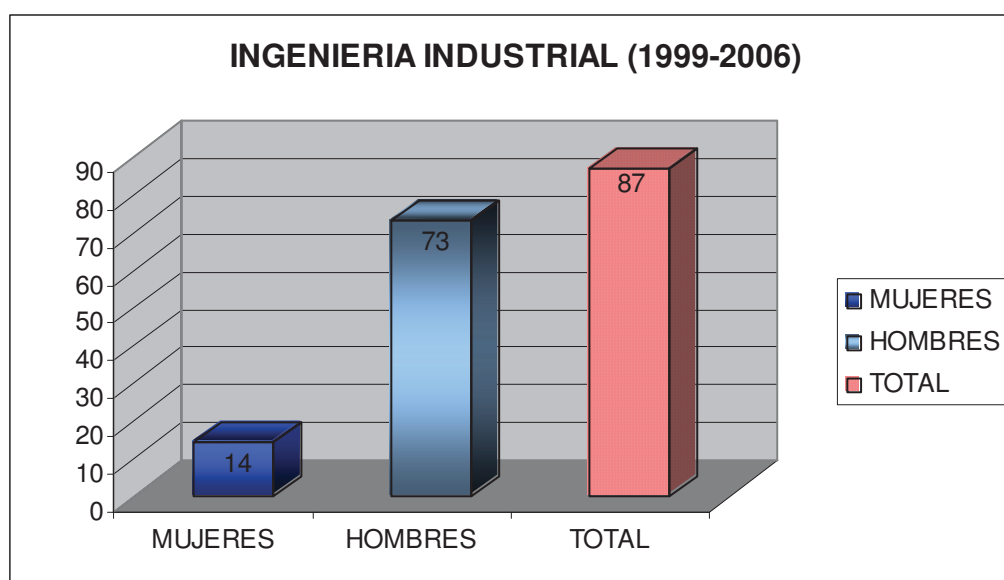


FIG. 4 ESTADISTICA DE EGRESADOS DE ING. INDUSTRIAL

En la Licenciatura de Contaduría, con especialidad en Impuestos, al momento han egresado 123 Mujeres y 66 Hombres, conformando un total de 189. Fig. 5

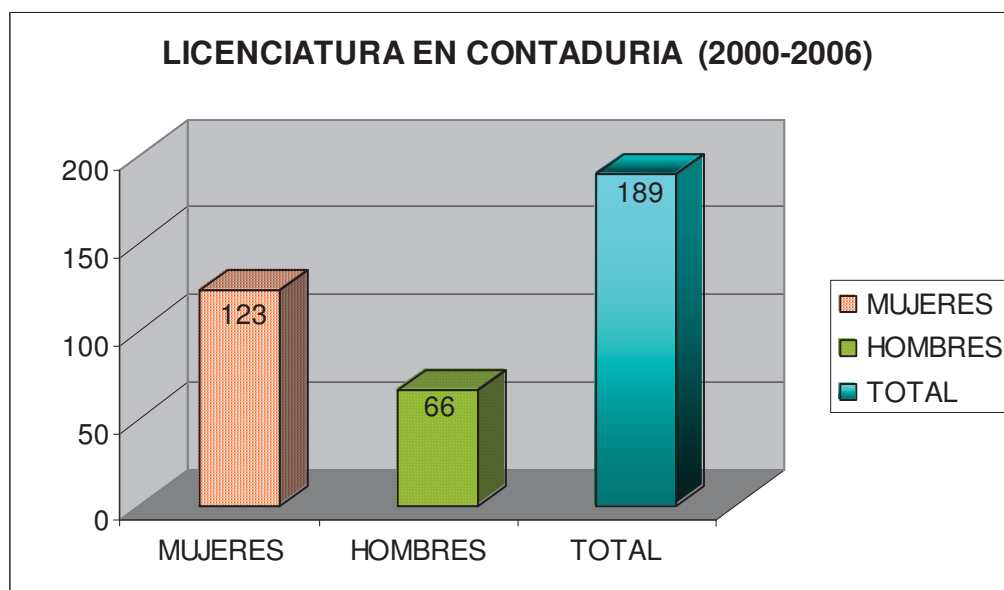


FIG. 5 ESTADISTICA DE EGRESADOS DE LIC. EN CONTADURIA

En Ingeniería en Sistemas Computacionales en la Fig. 6 se puede observar que han egresado: 7 Mujeres y 20 Hombres generando un total de 27 profesionistas en esta área, con especialidad en Bases de Datos.

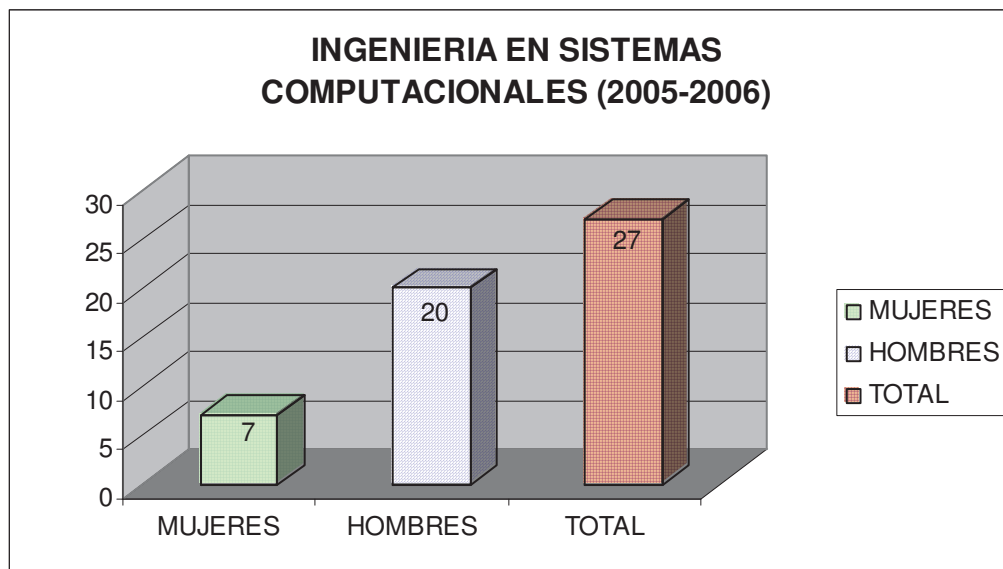


FIG. 6 ESTADISTICA DE EGRESADOS DE ING. EN SIST. COMP.

La penúltima de las carreras autorizadas en el Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, junto con la de Ingeniería en sistemas Computacionales, es la carrera de Ingeniería Bioquímica con especialidad en Alimentos, la cual ha egresado un total de 6 Ingenieros, conformado por 4 hombres y 2 mujeres. Fig. 7

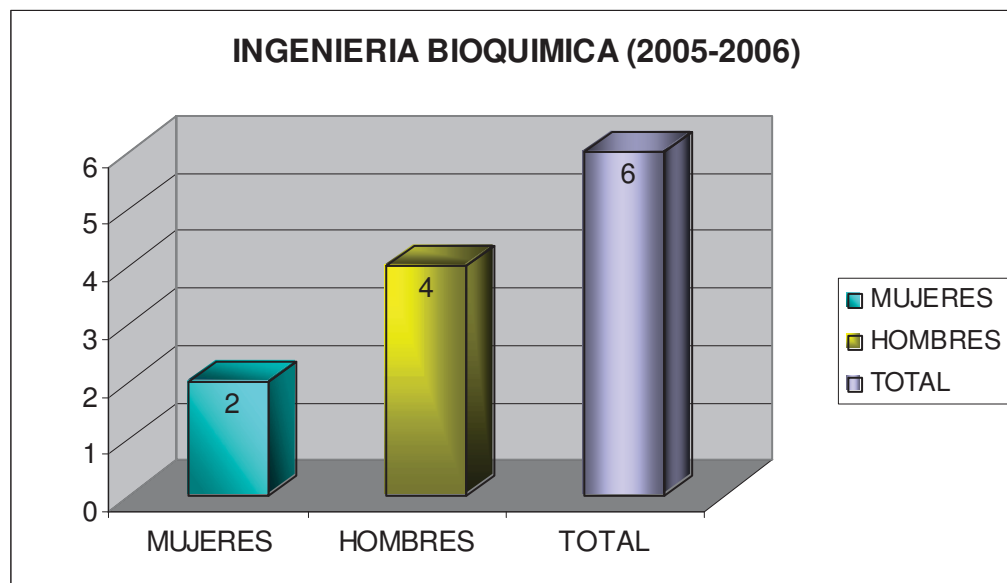


FIG. 7 ESTADISTICA DE EGRESADOS DE ING. BIOQUIMICA

Por lo anterior se puede señalar y observar en la Fig. 8, que las carreras de mayor demanda según el número de egresados, han sido en primer lugar la carrera de Licenciatura en Informática con un total de 256 egresados, posteriormente la de Licenciatura en Contaduría con un promedio de 189; cabe mencionar que estas dos carreras conforman el área de Carreras dedicadas a la Administración; por otra parte dentro de las Ingenierías en primer lugar y en tercero respecto a las carreras ofertadas por el Tecnológico de Apatzingán, la Ingeniería Industrial a egresado un total de 87, le sigue Ing. En Sist. Computacionales con 27 egresados y por último Ing. Bioquímica con 6; estas dos anteriores ocupan el 4to. y 5to. Lugar respectivamente en el contexto general de la oferta educativa del ITSA y 2do. y 3ro. Dentro de las ingenierías; así mismo cabe señalar que la carrera de Ingeniería Civil no ha egresado ningún profesionista ya que es de reciente autorización.

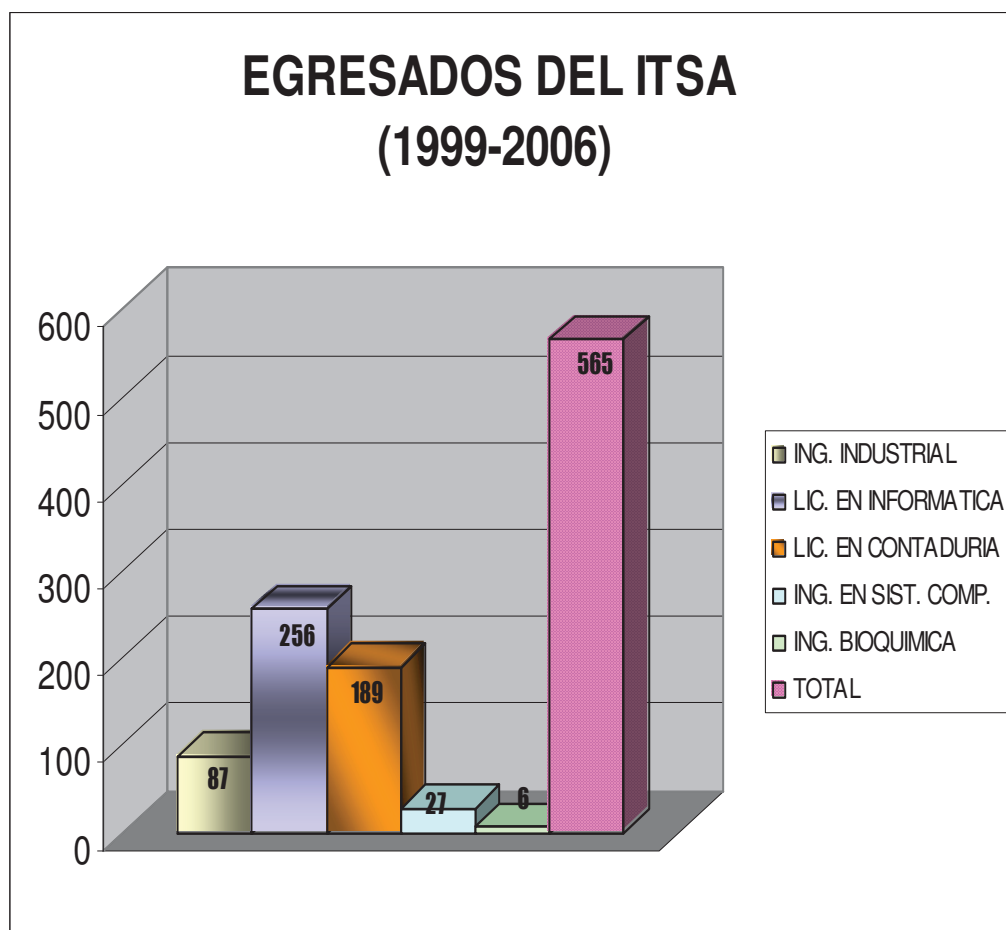


FIG. 8 ESTADISTICA DE EGRESADOS POR CARRERAS

En la actualidad el Instituto Tecnológico Superior del número de egresados a la fecha: julio 2006, cuenta con 328 alumnos titulados, 208 no titulados y 29 certificados parciales los cuales fueron entregados por cambios o traslados a otras instituciones de nivel superior, por lo que se habla de una eficiencia terminar del 58.06%, los no titulados y certificados parciales conforman el 36.81% y el 5.13% respectivamente. Ver Fig. 9

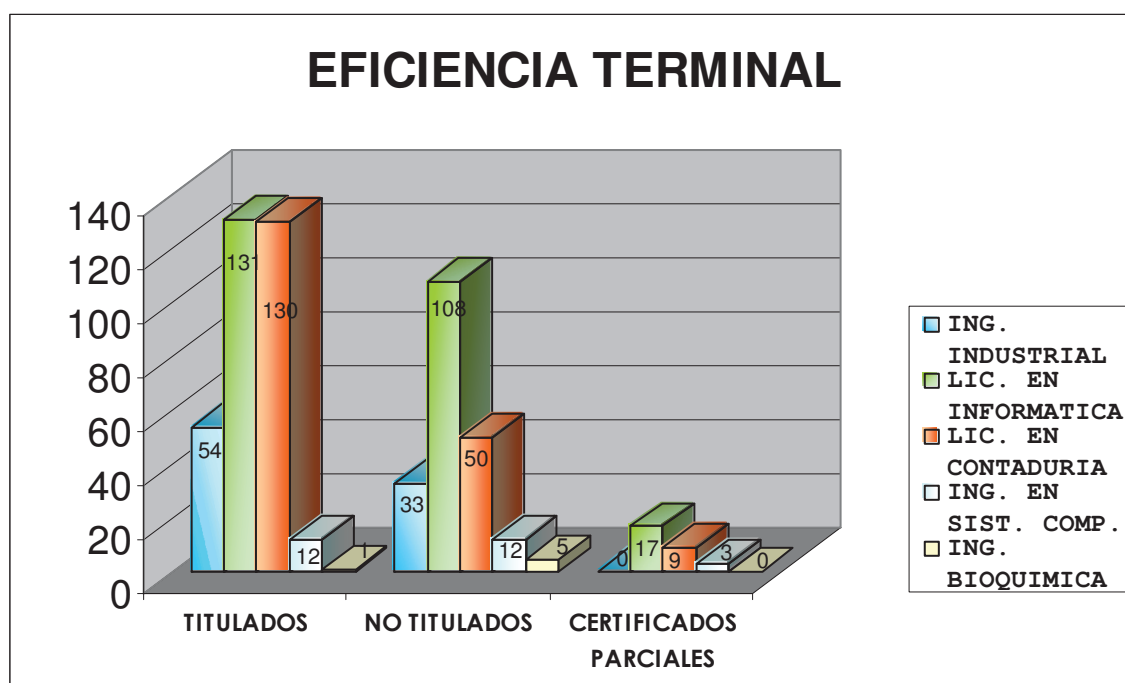


FIG. 9 EFICIENCIA TERMINAL DE LOS EGRESADOS DEL ITSA

2.4 Expectativas del Mercado Laboral, Visión de Docentes del ITSA

El ITSA actualmente cuenta con una plantilla docente registrada de 72, cabe mencionar que de estos, se encuentran un total de 19 en cargos administrativos, la encuesta realizada fue a 41 docentes los cuales representan una muestra del 57%, considerado de los 72 docentes (100%).

La encuesta realizada versó sobre lo que ellos opinan sobre el mercado laboral para los próximos egresados del ITSA, es decir, se consideró si ellos creen que hay posibilidades de trabajo o fuentes de empleo, ya sea en la región, otra ciudad del estado e inclusive en otro estado del país, conocer el compromiso que tienen de apoyar y orientar en las expectativas de los alumnos en los últimos semestres, y si realmente es importante formar una cultura de emprendedores para que en el futuro, los egresados no esperen la posibilidad de que se les contrate sino ser un factor de cambio que ayude al desarrollo de la región y en los lugares a donde ellos pertenecen, reconocer que son competitivos, así como las consideraciones desde el punto de vista del docente los requerimientos para que el ITSA promueva la cultura de emprendedores.

Resultados de la encuesta “Expectativas del Mercado Laboral, Visión de Docentes del ITSA”

1.- Considera que existe mercado laboral para los egresados del ITSA?

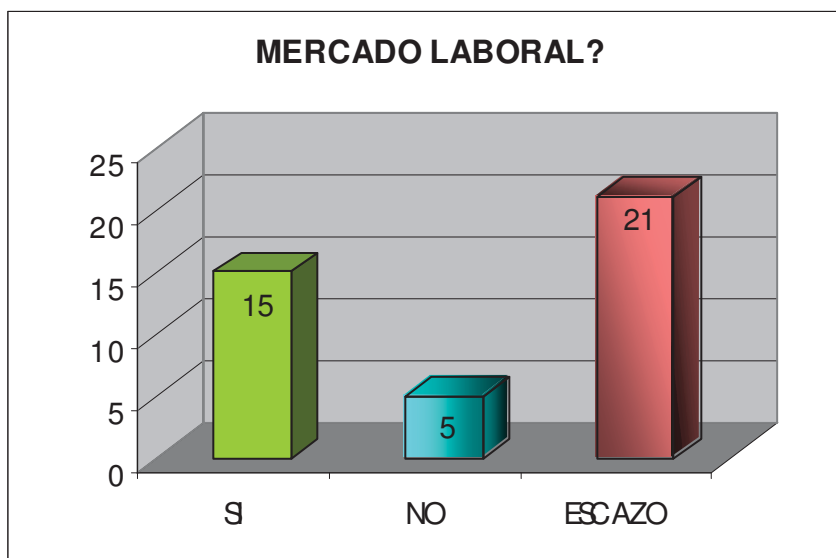


FIG. 10 EXISTE MERCADO LABORAL?

2.- El mercado laboral esta, según su punto de vista en:?

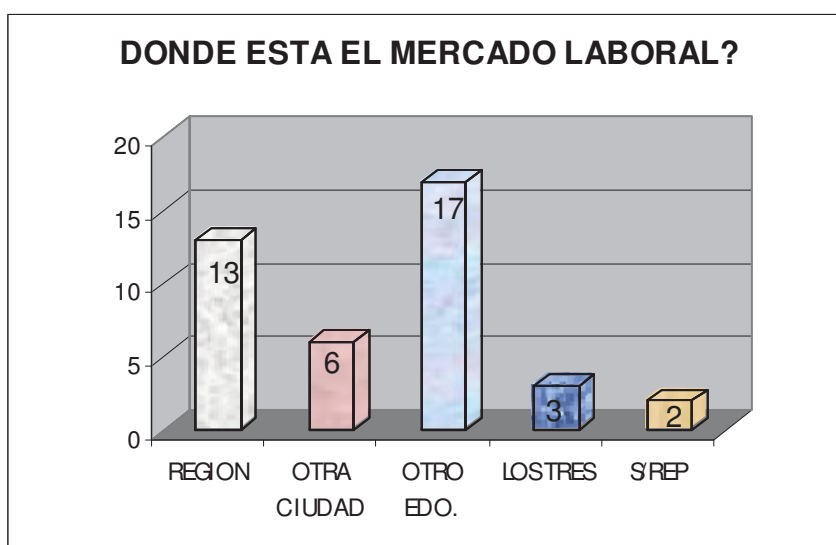


FIG. 11 DONDE ESTA EL MERCADO LABORAL?

3.- Es tarea del docente incluir una orientación sobre el posible mercado laboral para el alumno?



FIG. 12 ORIENTAR?

4.- El docente del ITSA debe buscar que la formación del profesionista sea de emprendedores?

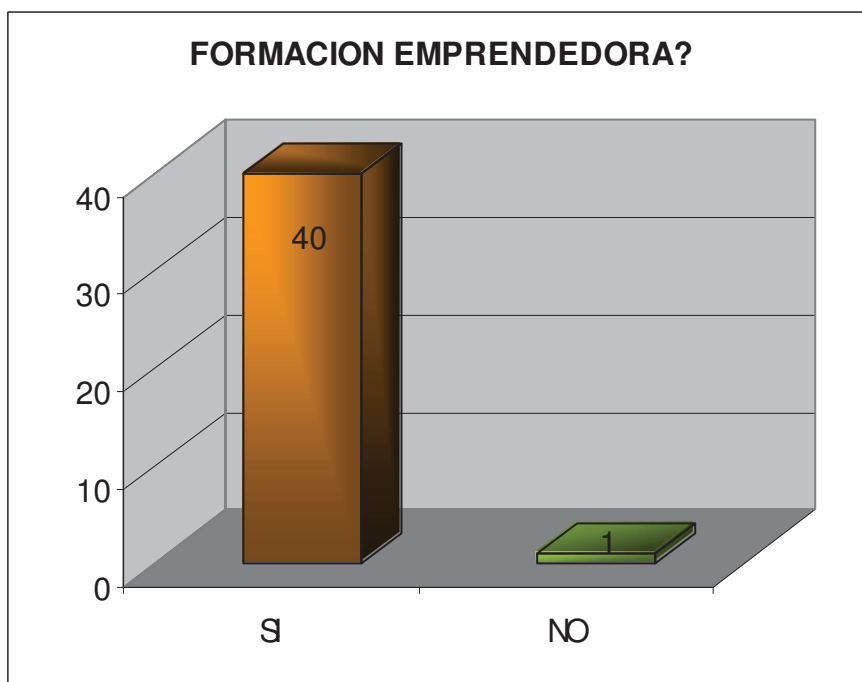


FIG. 13 FORMACIÓN EMPRENDEDORA?

5.- Que hace falta para que el ITSA implemente un Modelo Académico, centrado en la formación de emprendedores?

- Orientación y capacitación a los docentes
- Banco de información de Industrias en el Estado
- Voluntad para iniciar proyectos desde el inicio de su carrera
- Creación de una cultura de Calidad en toda la institución
- En los planes de estudio se debe incluir en mayor grado esta modalidad
- Formar un equipo de trabajo orientado a esta formación, el cual defina políticas y estrategias, estableciendo objetivos y metas
- Que la institución clarifique sus metas y que el docente este comprometido
- Continuidad en el mando Académico y en los programas
- Seguir fomentando la creatividad del alumno
- Infraestructura y Vinculación con las empresas
- Incluir una estrategia para llevar investigaciones por áreas
- Mayor participación en los programas establecidos
- Inculcar el valor de ser emprendedor en todo sentido como estudiante y profesionales
- Implementar un taller obligatorio que enseñe técnicas para tal efecto o programas alternos
- Motivar a los estudiantes, despertando la curiosidad y creatividad
- Realizar un análisis de las asignaturas para determinar cuales pueden ser explotadas en su contenido de tal forma que permitan ir formando al emprendedor
- Laboratorios bien equipados donde se pueda trabajar este perfil
- Asesorar para acceder a instituciones de crédito que apoyen este tipo de emprendedores o empresas
- Crear compromisos alumno-docente
- Concienciar sobre los beneficios

- Especialización en la formación de emprendedores
- Mayor vinculación con el sector productivo y con la problemática de la región
- Mayor impulso y promoción para la realización de proyectos
- Apoyo para la ejecución real de dichos proyectos a través de una incubadora de empresas
- Asegurar la experiencia profesional de los profesores
- Que existan convenios con el sector productivo
- La implementación de concursos por parte de la institución
- Los docentes deben tener visión emprendedora al igual que directivos

2.5 Análisis de Factibilidad de la oferta educativa del ITSA, visión Institucional, Panorama Regional

La región de interés se denomina valle de Apatzingán en él se circunscriben diez municipios que en conjunto incluyen poco mas de 350 000 habitantes. Y es fruto de un largo proceso de integración y transformación económica, que ha transitado por los estadios de productor de alimentos básicos para el mercado nacional o autoconsumo, productor de productos de exportación temprana como el añil, arroz, cochinilla, en tiempos de la segunda guerra mundial, y vuelto a producir para el mercado nacional en el periodo de sustitución de importaciones, y de nueva cuenta productor de exportables pero de mayor valor agregado como los productos frutícolas que han hecho famoso este valle; melón, pepino, sandia, arroz, ajonjolí, entre otros.

La conformación del valle de Apatzingán, es fruto de las políticas salidas directamente del centro de la nación. En México entre las décadas setentas y

principios de los ochentas las acciones estatales para el desarrollo regional se sustentaron en una política constitutiva de polos de desarrollo.

Esta nueva conformación espacial provoca efectos de desarticulación de forma horizontal entre las actividades ya establecidas, se generan mercados paralelos y poco vinculados a los requerimientos de sus pobladores, y por ultimo se asienta una economía de extracción de riqueza con fuertes lazos y dependencia exterior. La producción viro de autoconsumo hacia productos exportables, beneficiados con bastos programas hidráulicos.

Socialmente el cambio acelerado de las formas de vida rural, introduce problemas permanentes y conflictos manifiestos en la urbanización de las áreas agrícolas, invasión de tierras, deterioro de recursos rurales, insatisfacción de recursos urbanos para nuevos asentamientos, alta inflación, desempleo e irregularidades en el flujo de recursos hacia la zona. Una elevada concentración de la población urbana en pocos centros de población agudizo los problemas de segregación de núcleos de población. De esta forma el desarrollo concebido se diluyo para aquellas comunidades alejadas de los núcleos urbanos, y de las vías de comunicación inherentes.

Actualmente esta visión desarrollista esta siendo rebasada por la propia experiencia de sus pobladores, quienes ante la presencia de una crisis económica añeja y tradicional en el país, han optado por concebir el desarrollo en términos de la distribución del ingreso, la innovación tecnológica, grandes flujos de capital y de trabajo. Estos nuevos factores insertan cambios en la zona, que no obedecen ni a los intereses ni a las expectativas de la región, y que al no contar con los elementos mínimos de una formación técnica, los dejan en una situación de vulnerabilidad extrema y en una mayor dependencia de las inversiones del capital

foráneo; pero en una situación peor, ahora ya incorporaron los vicios urbanos, y las necesidades creadas de consumo, infraestructura y tierras desgastadas entre otros.

Es conocido y temido el postulado del investigador Gunder Frank, quien ilustra el hecho de que las regiones que para su desarrollo utilizaron o dependieron de capital foráneo y durante el desarrollo no se liberaron de su influencia, terminaran por agotar la fuente de extracción de riqueza y terminaran sin capital, y sin empleos. Una situación similar técnicamente pero peor en realidad, por que las oleadas de personas hacia los centros que a la postre fueron urbanos, resulta abrumador y el retiro es muy lento.

Es común encontrar a nuestro paso, grandes obras de infraestructura abandonada, extensiones de terreno amplias con construcciones vacías, bodegas de almacenaje, convertidas en grandes basureros cuando no son objeto de fuertes disputas por su posesión.

Sin embargo y pese a estar ya cumpliendo un buen tiempo de bajo crecimiento económico, y agudización de problemas agrarios, sociales, políticos, la región mantiene su preeminencia en la generación de productos de calidad exportable. Que mantienen la dinámica económica aunque de baja intensidad. En este sentido los planes de desarrollo municipales, rescatan el sentido nacional, y la ansiedad por desarrollar esta región, tan rica y llena de posibilidades técnicas para la producción.

En el plano educativo, los esfuerzos están orientados a consolidar la labor de las instituciones de educación superior que existen en la región, construcción de

espacios adicionales en las diferentes instituciones de educación básica, equipamiento y creación de infraestructura educativa en general.

En lo económico, la región está pugnando para formar uniones de productores de limón, mango, melón, pepino, etc., que contribuyan a mejorar los esquemas de comercialización, y transformación de productos primarios en mercancías de alto y mediano valor agregado mediante procesos de transformación, las políticas municipales están centradas en favorecer el desarrollo mediante la agilización de trámites, eliminación de trabas burocráticas, apoyos directos a la producción, como las becas a los egresados de educación superior que asistan con asesoría a los ejidos, o a las uniones de productores, o el programa de contactos entre profesionistas y grupos de empresarios locales para instalar empresas que empleen cuando menos a más de cinco personas. Es bueno resaltar que los planes para la región de Apatzingán, incluyen el establecimiento de un conjunto de pequeños negocios de iniciativa propia, pero asistidos por profesionales de la región, y una evolución en tiempo hacia negocios de mediano y pequeño tamaño.

El mercado laboral en que se desenvuelve la institución, de manera natural está conformado por una población total de 377 212 habitantes, que representa el 8.8% del total estatal, que se distribuye asimétricamente, en pocas poblaciones, pero ahora se ve ampliado hacia las ciudades de Uruapan, Lázaro Cárdenas, y Guadalajara, lugares donde se han registrado solicitudes de recursos humanos formados en esta Institución.

El Valle de Apatzingán incluye diez municipios, en los cuales se tiene una población económicamente activa de aproximadamente 107 908 individuos en términos oficiales, de la cual el 95% está ocupada. El 44% de ella se ubica en el

sector primario (agrícola), el 9% se dedica a actividades industriales (sector II), y el restante 47% se dedica a actividades del sector servicios.

Aunque resulta difícil, establecer con claridad el destino final de nuestros egresados, por la movilidad social que genera la educación, es plausible aventurar una predicción basándonos en nuestros objetivos como institución, en la revisión de nuestro programa de seguimiento de egresados de las carreras ya establecidas, y de los registros del área de vinculación, quien contempla todas las empresas e instituciones que han demandado los servicios de nuestros egresados.

De tal forma que el mercado laboral queda demarcado por la constitución misma de la región del valle de Apatzingán, quien cuenta con aproximadamente 10 000 unidades económicas al año 2000, distribuidas en el sector de manufacturas un 7%, equivalente a 700 unidades, en el sector servicios un 45%, equivalente a 4500 unidades, y el resto se distribuye en el sector agrícola y ganadero. Cabe destacar que en la región, por tradición se ha venido generando un sentimiento de autogestión empresarial de modo natural, de tal forma que buen porcentaje de las unidades económicas mencionadas, son de carácter de pequeño emprendedor.

Esto lo hemos podido constatar en las investigaciones de actitudes que se realizan en la institución, y en la gran cantidad de pequeños negocios de iniciativa personal que han florecido en los diversos centros urbanos de la región; egresados de la institución al mando de sus propios negocios, generando empleos, y abriendo nuevas áreas de negocios, entre los cuales se advierten cibercafes, despachos contables, de consultoría en informática, productoras de queso, vinos, fabricas de hielo, de agua, productoras de aceite de limón, derivados de la leche, entre muchas más.

Y en consecuencia, es este sentimiento autogestivo, recogido de la misma sociedad, alentado y desarrollado en la institución, que permitirá en el largo plazo el establecimiento de pequeños negocios emprendedores e innovadores pero ahora enfocados al área industrial, generando empleos en los diferentes municipios y detonar el desarrollo en sus diversos niveles; técnico, económico, social, y cultural, ya que un objetivo manifiesto de la institución, es fomentar el arraigo familiar, y de esa forma frenar las olas de migración de capacidades intelectuales y profesionales, que de otro modo esta sucediendo.

A modo de ejemplo, se cita algunas de las empresas que ya han manifestado su interés por contratar profesionistas de estos perfiles:

COBACH-BUENAVISTA
POLICÍA FED. PREVENTIVA

TELCEL
TELMEX
CONALEP
INSTITUTO TEC. APATZINGÁN
FUNDACIÓN PRODUCE
COCA-COLA
MOTEL
DESPACHOS CONTABLES
ABARROTERAS
MUEBLERÍAS
TIENDAS DEL ISSSTE
MOTEL RÍO GRANDE
PAPELERÍA MORELOS
PEPSI-COLA
INDUSTRIAL PAPELERA MEXICANA, S.A.
HOTELES.

CENTRALES CAMIONERAS
EMPACADORAS.
FABRICA DE HIELO PACOMER
SICARTSA
AGUA PURIFICADA “PRINCESA”
C.F.E.
COLEGIOS DE BACHILLERES
REGIONALES
CBTAS
FABRICAS DE ACEITE DE LIMON
INDUSTRIAS CHILERAS
EMPRESAS DE PRECOLADOS
INDUSTRIAS AGROPECUARIAS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
TELEVISION
PURIFICADORAS DE AGUA
COMAPAS (AGUA POTABLE APATZINGÁN)
INDUSTRIA DE ALIMENTOS
ENTRE OTRAS

Se puede afirmar con justificada razón, que los datos anteriores, muestran la factibilidad que tiene la oferta educativa del ITSA para apoyar en el desarrollo de la región.

CAPITULO III

EL MERCADO LABORAL EN EL AREA DE INFLUENCIA DEL ITSA

3.3 Área de influencia



FIG. 14 DISTRIBUCION DEL ESTADO DE MICHOACAN

El Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán tiene una gran influencia en diferentes municipios y localidades, pero sobre todo en el Valle de Apatzingán, el cual esta conformado por 10 municipios:

- La Huacana
- Aguililla
- Buenavista
- Churumuco
- Gabriel Zamora,
- Francisco J. Mújica
- Nuevo Urecho

- Paracuaro
- Tepalcatepec
- Apatzingán

En la Tabla 1 se observa las localidades y municipios del estado de Michoacán, que conforman en gran parte el área de influencia del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, así como por sexo, registrando un total de 1029 alumnos inscritos al mes de Julio del 2006.

ALUMNOS INSCRITOS (MICHOACAN)			
LOCALIDAD O MUNICIPIO	HOM	MUJ	TOTAL
AGUILILLA	10		10
APATZINGAN	495	355	850
AQUILA	1		1
ARTEAGA	3	2	5
BUENAVISTA	21	22	43
CHERAN	1		1
CHURUMUCO	5	5	10
COAHUAYANA DE HGO		1	1
COALCOMAN	1	2	3
FELIPE CARRILLO PTO.	3	1	4
GABRIEL ZAMORA	12	8	20
HUETAMO		1	1
LA HUACANA	9	7	16
LAZARO CARDENAS	5	3	8
MARAVATIO		1	1
MORELIA	1	2	3
MUGICA	65	35	100
PARACHO	1		1
PARACUARO	21	27	48
PAZCUARO	1		1
PERIBAN	1		1
TANCITARO		1	1
TARETAN	1		1
TEPALCATEPEC	28	25	53
TINGAMBATO		1	1
TUMBISCATIO	1	1	2
URUAPAN	7	7	14
ZAMORA	2		2
ZICUIRAN	4	3	7
TOTAL	699	510	1209

TABLA 1. ALUMNOS INSCRITOS EN EL ITSA DEL EDO. DE MICHOACAN

En la Tabla 2, se registra el número de alumnos inscritos al mes de Julio del 2006, en el ITSA, por estado de pertinencia y sexo, generando un total de 44 alumnos provenientes de diferentes lugares al estado de Michoacán. La tabla 1 y 2 fueron realizadas con información proporcionada por el Departamento de Control Escolar del ITSA.

ALUMNOS INSCRITOS (OTROS ESTADOS)			
	H	M	TOTAL
AUTLAN,MEXICO		1	1
CHILPANCINGO, HGO.		1	1
CHILPANCINGO DE LOS BRAVOS, HGO.	1		1
CD. JUAREZ, CHIHUAHUA	1		1
COMALCALCO		1	1
CULIACAN, SINALOA		1	1
MEXICALI, B.C.NORTE	1		1
MEXICO, D.F.	2		2
OTRO	16	8	24
PACHUCA, JAL	1		1
PTO. VICENTE GUERRERO, GUERRERO	1	1	2
PUNGARABATO, HGO.	1		1
TAZUMBOS, MEX	2	4	6
TEPIC, NAYARIT	1		1
TOTAL	27	17	44

TABLA 2. ALUMNOS INSCRITOS EN EL ITSA DE OTROS ESTADOS

Según los datos anteriores, se habla de que el área de influencia del ITSA, se encuentra principalmente en el Valle de Apatzingán con 1150 alumnos que representan el 91%; en segundo termino el proveedor para nuestra matricula es el estado de Michoacán con regiones diferentes al Valle de Apatzingán con un total de 59 alumnos, conformando el 5% de la matricula; por ultimo 44 alumnos provienen de los diferentes estados de la República Mexicana, formando el 4% del 100% de la matricula del ITSA que es de 1253 alumnos, registrados al mes de Julio/2006. ¹⁷ Fig. 15

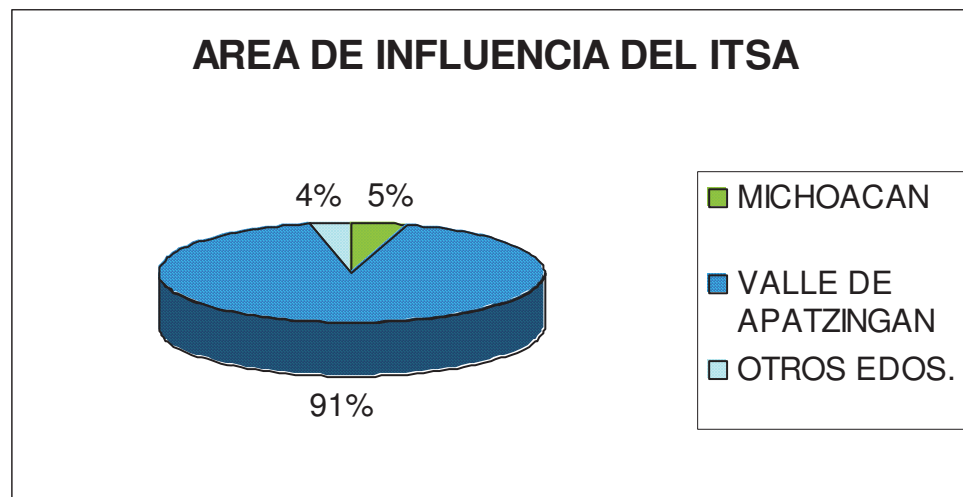


FIG. 15 AREA DE INFLUENCIA DEL ITSA SEGÚN LA MATRICULA

¹⁷ FUENTE: Depto. De Control Escolar Del Itsa

3.4 Análisis socioeconómico

Michoacán es un Estado con superficie de casi 60 mil kilómetros cuadrados y más de doscientos de costa en el Pacífico. Tradicionalmente, su economía ha sido la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y artesanía, además de estar presente la industria siderúrgica. En la entidad subsiste desde tiempos inmemoriales una pluralidad étnica con Pirindas, Aztecas, Huetamos, Colimas y Purépechas, entre otros habitantes.

Destacan por su importancia geográfico-económica diez regiones en las cuales se encuentran los más importantes municipios de la entidad: la Región del Valle de Apatzingán, Uruapan en la Meseta Purépecha, Zitácuaro en la Región Oriente, Zamora en la Región de la Ciénega de Chapala, La Piedad en la Región del Bajío, Lázaro Cárdenas en la Región de la Costa, Huetámo en la Región de la Tierra Caliente, Pátzcuaro en la Región Pátzcuaro-Zirahuén, Zacapu en la Región Zacapu y Morelia en la Región del Lago de Cuitzeo.

En esas regiones se lleva a cabo la actividad económica fundamental del estado y la situación de cada una de ellas le plantea a la educación pública y privada importantes exigencias con respecto a los futuros técnicos y profesionales de la entidad.

3.2.1 Desempleo en Michoacán

Durante los tres primeros trimestres de 2005, la tendencia de la Tasa de Desempleo (TD) en Michoacán mostró un crecimiento, al pasar de 2.2 durante el primero, a 2.6 y 3.3, en el segundo y tercero, respectivamente, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

De la población ocupada, 33.9%, equivalente a 544 mil personas, se desempeñan en el sector informal de la economía, según el INEGI. De acuerdo con el informe, el registro de la TD a nivel estatal fue de 3.3%, con un incremento de 31.3% de la Población Económicamente Activa (PEA) desocupada, al pasar de 41 mil personas en el segundo trimestre, a 54 mil durante el tercer trimestre, lo que representó 13 mil desocupados más.

Según el sector económico en el que se labore, la ENOE indica que el sector terciario o de servicios, concentra un total de 846 mil personas, lo que representa más de la mitad de la PEA ocupada en el estado.

Cabe señalar que esta cifra de 846 mil personal, equivale a 52.8% de la PEA ocupada en la entidad, de acuerdo con datos al cierre del tercer trimestre, pero representó una disminución en relación con el segundo y primero, en que había sido de 55.9% y 56.8%, respectivamente.

El reporte de la ENOE indica que durante el tercer trimestre de 2005, el sector primario, ocupó a 384 mil personas, representando el 24% de la PEA ocupada, cifra que superó la registrada en el primer trimestre con 20.0% y el en el segundo

con 21.0%; estos datos permiten advertir que el factor empleo se mantuvo y logró una ligera recuperación.

Asimismo, en el sector secundario o industrial, laboraban al tercer trimestre del 2005, 365 mil personas, lo que representó un 22.8%. Este sector, según indica un análisis del Colegio de Economistas del Estado de Michoacán (CEEM) ha mantenido su estructura sin variaciones significativas, con 22.3% de la población ocupada durante el primer trimestre, y 22.9% en el segundo.

Por lo que se destaca la industria manufacturera, que ha ocupado 14.8%, 14.4% y 15.2% de la PEA en el primero, segundo y tercer trimestre, respectivamente. El restante 0.52 por ciento corresponde a la población ocupada que no especificó su actividad económica, según la ENOE.

3.2.2 El sector informal de la economía en Michoacán

Al ubicar a la PEA por tipo de unidad económica, los resultados señalan que el sector de los hogares concentra el 43.9% de los ocupados, y destaca la aportación del sector informal con 33.9 por ciento, cifra que equivale a 544 mil personas.

El informe señala que las empresas y negocios ocuparon 43.3% de la PEA, en tanto que las instituciones públicas y privadas ubicaron 12.3% de la población ocupada.

Al referirse al ámbito y tamaño de unidad económica en el que se labora, el 24.0% corresponde al agropecuario y 76.0% en el no agropecuario, según la ENOE.

De los que se ubican en el sector no agropecuario, 63% corresponden a los micronegocios, 10.2% por ciento en establecimientos pequeños; 10.9% en grandes; 5.8% en medianos, y 10.1% en otro tipo de unidades económicas.

3.2.3 Distribución de empresas en Michoacán

En el Estado de Michoacán las empresas de comercio y de la industria se clasifican en micros, pequeñas, medianas y grandes; situación que puede mostrar en que regiones se encuentra la mayor concentración y oportunidades de trabajo para los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán. Tabla 3

MUNICIPIO	EMPRESAS			
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL
Acuitzio	1	11	1	13
Aguililla	0	1	1	2
Alvaro obregon	2	2	1	5
Angamacutiro	0	0	0	0
Angangueo	5	1	0	6
Apatzingan	2	437	52	491
Aporo	0	0	0	0
Aquila	0	0	0	0
Ario	4	13	3	20
Arteaga	0	0	1	1
Briseñas	1	0	0	1
Buenavista	0	35	3	38
Caracuario	0	0	0	0
Coahuayana	0	0	0	0
Coalcoman de vazquez pallares	0	53	6	59

Coeneo	2	23	1	26
Contepec	13	0	0	13
Copandaro	0	0	1	1
Cotija	4	1	0	5
Cuitzeo	1	3	1	5
Charapan	0	0	0	0
Charo	1	0	0	1
Chavinda	4	6	0	10
Cheran	10	0	0	10
Chilchota	19	5	0	24
Chinicuila	0	0	0	0
Chucandiro	2	0	0	2
Churintzio	2	9	0	11
Churumuco	0	0	1	1
Ecuandureo	3	0	0	3
Epitacio huerta	0	0	0	0
Erongaricuario	0	24	3	27
Gabriel zamora	0	0	0	0
Hidalgo	12	0	5	17
La huacana	0	0	0	0
Huandacareo	7	1	0	8
Huaniqueo	1	0	1	2
Huetamo	0	0	1	1
Huiramba	0	17	1	18
Indaparapeo	4	1	0	5
Irimbo	2	0	0	2
Ixtlan	6	6	0	12
Jacona	24	31	10	65
Jimenez	7	21	2	30
Jiquilpan	12	36	8	56
Juarez	0	0	0	0
Jungapeo	4	0	0	4
Lagunillas	0	13	1	14
Madero	3	7	1	11
Maravatio	0	0	2	2
Marcos castellanos	2	0	0	2
Lazaro cardenas	8	1	11	20
Morelia	685	1,591	1,297	3,573
Morelos	1	0	1	2
Mugica	0	87	13	100
Nahuatzen	1	0	0	1
Nocupetaro	0	0	0	0
Nuevo parangaricutiro	0	0	0	0
Nuevo urecho	0	0	0	0

Numaran	0	8	0	8
Ocampo	4	0	0	4
Pajacuaran	10	0	0	10
Panindicuaro	8	25	3	36
Paracuaro	0	1	0	1
Paracho	7	0	0	7
Patzcuaro	4	425	128	557
Penjamillo	0	45	0	45
Periban	0	0	0	0
La piedad	6	535	47	588
Purepero	4	27	2	33
Puruandiro	5	0	0	5
Querendaro	0	1	0	1
Quiroga	9	129	11	149
Cojumatlan de regules	0	0	0	0
Los reyes	1	45	10	56
Azuayo	1	6	2	9
San lucas	0	0	0	0
Santa ana maya	2	0	2	4
Salvador escalante	6	29	11	46
Senguio	0	0	0	0
Susupuato	0	0	0	0
Tacambaro	3	97	4	104
Tancitaro	0	0	1	1
Tangamandapio	5	13	1	19
Tangancicuaro	8	21	3	32
Tanhuato	1	0	0	1
Taretan	1	0	0	1
Tarimbaro	9	7	6	22
Tepalcatepec	0	2	1	3
Tingambato	0	0	0	0
Tinguindin	6	3	0	9
Tiquicheo de nicolas romero	0	0	0	0
Tlalpujahua	5	0	1	6
Tlazazalca	1	0	1	2
Tocumbo	4	0	1	5
Tumbiscatio	0	0	0	0
Turicato	0	0	0	0
Tuxpan	0	0	1	1
Tuzantla	2	0	1	3
Tzintzuntzan	0	24	1	25
Tzitzio	0	0	0	0
Uruapan	6	651	170	827
Venustiano carranza	2	0	0	2

Villamar	1	0	0	1
Vista hermosa	8	1	0	9
Yurecuaro	8	0	0	8
Zacapu	9	236	30	275
Zamora	105	480	98	683
Zinaparo	0	16	0	16
Zinapecuaro	18	3	1	22
Ziracuaretiro	0	0	1	1
Zitacuaro	26	319	63	408
Jose sexto verduzco	1	0	0	1
TOTAL	1,151	5,585	2,030	8,766

TABLA 3 EMPRESAS REGISTRADAS DEL ESTADO DE MICHOACAN¹⁸

En el estado de Michoacán las Industrias registradas son de 1,151; las empresas comerciales 5,585 y de servicio 2,030; generando un total de 8,766 negocios establecidos, los cuales pueden representar fuentes de trabajo para los futuros egresados del ITSA, considerando la posibilidad de que no exista dicho mercado, puesto que las micros, pequeñas y medianas empresas por lo general son atendidas por los dueños, requiriendo los servicios necesarios como secretarias, técnicos, etc.

¹⁸ FUENTE: Sistema De Información Empresarial Mexicano (SIEM)

Asimismo las empresas son clasificadas según el tamaño, en Michoacán existen 7914 microempresas (90.28%), 618 pequeñas (7.06%), 174 medianas (1.98%) y 60 consideradas grandes(0.68%), constituyendo un total de 8,766 (100%). Fig. 16

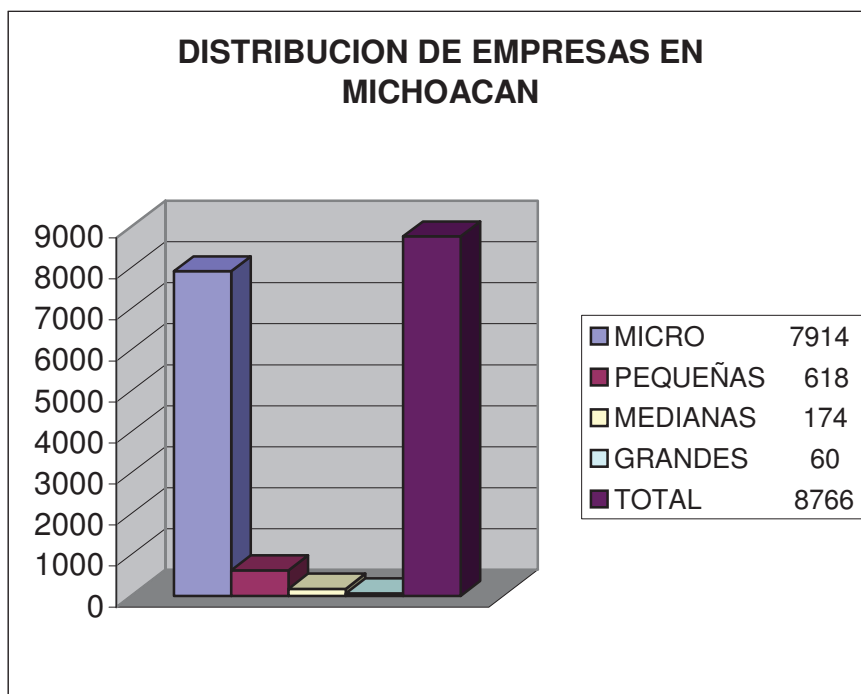


FIG. 16 EMPRESAS DE MICHOCAN SEGÚN SU TAMAÑO

3.2.4 Distribución de Empresas en Apatzingán

El mercado laboral en Apatzingán, se encuentra distribuido según se observa en la figura 17; 2 empresas clasificadas como industria, 437 comercios, 52 empresas de servicio, totalizando 491 empresas registradas en el padrón del SIEM. Fig. 17

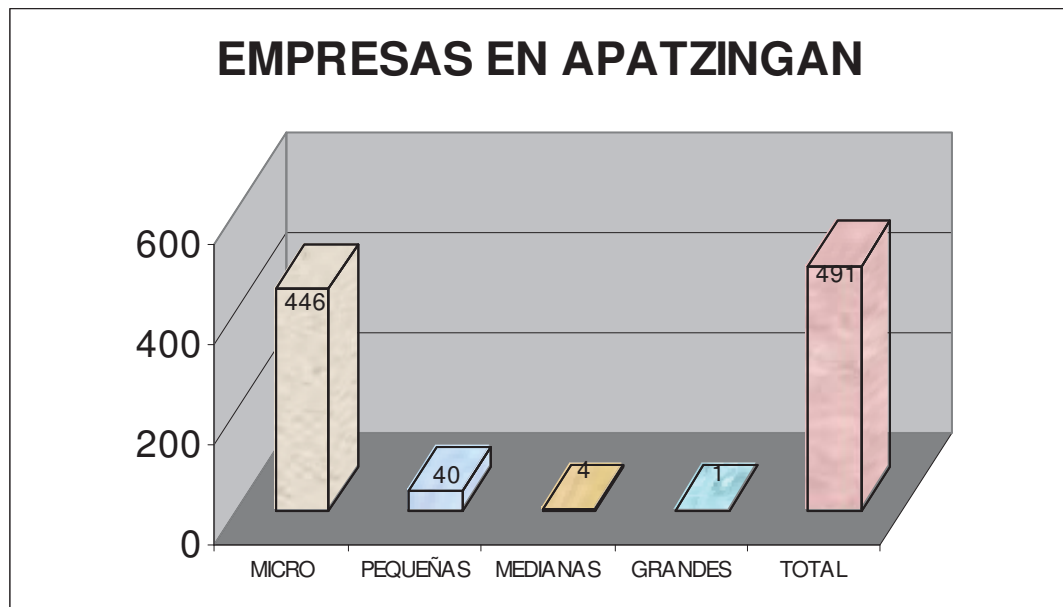


FIG. 17 EMPRESAS EN APATZINGAN SEGÚN SU TAMAÑO

3.3 ¿Donde esta el empleo?

Los empleadores mexicanos proyectan un importante periodo de contratación en el tercer trimestre del presente año, aunque la tendencia es cinco puntos menos que las expectativas para el segundo trimestre, al pasar de 30% a 25%, de acuerdo a los resultados de la más reciente encuesta de expectativas de empleo que realiza Manpower en el país.

La empresa especializada en el área de recursos humanos levantó la muestra entre 4 mil 859 empleadores mexicanos que respondieron a la siguiente pregunta: ¿Prevé usted movimientos laborales en su localidad para el próximo trimestre, que termina en septiembre de 2006, en comparación con el trimestre actual?.

Del total de las empresas entrevistadas, 29% espera un incremento en sus niveles de contratación; 10% espera una disminución, mientras que 60% de las empresas esperan permanecer sin cambios y el 1% restante no saben que movimiento laboral tendrán.

Para el tercer trimestre del 2006, se reporta una Tendencia Neta del Empleo (este término se deriva de tomar el porcentaje de participantes que prevé un incremento en contrataciones y restarle a éste el porcentaje de participantes que prevé una disminución en sus plantillas laborales) de +19% entre los empresarios encuestados. Sin embargo, esta tendencia es dos puntos porcentuales menor al trimestre anterior y mayor en un punto porcentual contra el mismo trimestre del 2005.

La muestra menciona que de los siete sectores industriales, el menos dinámico será el de agricultura y pesca, con un crecimiento de 14%, mientras que los más dinámicos serán los de transportes y comunicaciones y el de servicios, ambos con incrementos de 21%.

Para el tercer trimestre del 2006, los empresarios de las zonas Noreste (*) y Noroeste reportaron las expectativas de contratación más optimistas, 23% y 21% respectivamente. Sin embargo, comparadas con las de la medición anterior, éstas se encuentran por debajo en 7 y 6 puntos porcentuales respectivamente. El Sureste presenta la misma tendencia que la Neta Nacional. Por debajo se encuentran la región Valle con 18%, Norte y Centro con 17% y Occidente con 16%.

* Las regiones geográficas están integradas por Centro: Hidalgo, Tlaxcala, Puebla, Morelos, Estado de México (parcial-no Zona Metropolitana), Querétaro, Guanajuato; Norte: Chihuahua, Coahuila, Durango y Zacatecas; Noreste: Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz (parcial-Zona Norte); Noroeste: Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora; Occidente: Aguascalientes, Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit; Sureste: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz (parcial -Zona Sur) y Yucatán; y Valle: Ciudad de México y Área Metropolitana.

3.3.1 Comunicaciones, el sector más dinámico

Como ya se menciona, los sectores económicos con expectativas de contratación más fuertes las reportaron los empleadores de transportes y comunicaciones y servicios, con 21%. El sector construcción presentó también una tendencia neta positiva (+20%), un punto porcentual por arriba de la Tendencia Neta Nacional.

Con la misma expectativa que la tendencia neta nacional se encuentra el sector manufactura (+19%). Los empleadores del sector minería y extracción, comercio y agricultura y pesca presentan tendencias netas de 16%, 15% y 14%, respectivamente, por debajo de la tendencia neta nacional.

Con ajuste estacional, el sector manufactura presenta una mejor expectativa de contratación, reportando para esta medición 23%; le sigue servicios y agricultura y pesca, ambas con 22%, y transportes y comunicaciones, con 21%. Por debajo de la tendencia neta nacional ajustada se encuentran los sectores de Comercio con 17%, Construcción con 16% y con la expectativa de contratación ajustada más débil, minería y extracción con 14%.

3.3.2 Tijuana, la ciudad más dinámica

Manpower realizó el análisis de las expectativas de contratación de las principales ciudades de la República Mexicana: Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, Villahermosa, Oaxaca, Colima, Hermosillo, San Luis Potosí y Querétaro.

Las ciudades promedian un Neto Urbano de 25%, esto es cinco puntos porcentuales por debajo de la medición anterior (30%). La ciudad con la mejor expectativa de contratación es Tijuana con 31%. Hermosillo, ciudad con la mejor expectativa el trimestre anterior, presenta una tendencia de 25%. Otras ciudades importantes que se encuentran por encima del Neto Urbano son Villahermosa y Oaxaca con 31%, Monterrey con 29% y Colima con 27%.

Guadalajara presenta una expectativa de contratación de 20% y con un punto porcentual por debajo de la Tendencia Neta Nacional está la Ciudad de México con 19%.

CAPITULO IV

VINCULACION TECNOLOGICO-EMPRESAS

4.1 Sistema Dual

4.1.1 Breve Reseña Histórica del Sistema Dual en Alemania

La Asociación Hispano Alemana de Enseñanzas Técnicas, (ASET, 1999) define el sistema dual como "un método de formación profesional para jóvenes de ambos sexos que aprenden la teoría de la ocupación en el centro de formación y la práctica en la empresa".

Hablar del sistema dual en Alemania es abocarse a la época de los 80, donde se inicia un proyecto, denominado Sistema Dual en el cual se desarrolla la interacción de las instituciones educativas y el sector empresarial.

El sistema dual brinda la oportunidad a los alumnos que tengan una buena base de estudios, así como demostrar continuamente los conocimientos teóricos y habilidades adquiridas mediante su aplicación en tareas profesionales reales, bajo diversos y cambiantes condicionantes del mundo laboral, dando la posibilidad de alternar la teoría con la práctica. Esto permite que los conocimientos se interrelacionen brindando un aprendizaje vivencial, combinando la formación práctica de la empresa con la formación teórica en una escuela profesional. (Friedrich J., El Nacional digital 1998).

Los jóvenes suelen optar por estudios de mecánica automotriz, electricidad y enseñanzas administrativas. Junto a la formación en la empresa en la cual participan expertos, tanto en la especialidad como en pedagogía y psicología, el

joven tiene que asistir entre los quince y los veinte años, una o dos veces por semana a la escuela profesional.

Aparte de algunas asignaturas de formación general se imparten las materias teóricas fundamentales de la especialidad respectiva, que los alumnos pueden estudiar mejor en las escuelas que en los centros de trabajo. (ASET, 1999)

Requisitos para el ingreso en Alemania:

De acuerdo con Carl Duisberg los requisitos para ingresar en el sistema de Formación Dual alemán son los siguientes:

Aprobar los exámenes de admisión.

Ser bilingüe (Alemán - Inglés).

Edad máxima: normalmente menor de 21 años. (ASET, 1999)

A los estudiantes egresados se le otorgarán los Títulos de: Técnico de Gestión Empresarial (Banca) y Técnico de Gestión Empresarial (Industria). Solamente se nombran dos menciones, entre otras 440 profesiones oficialmente reconocidas. No cabe la menor duda que el mayor éxito de la formación profesional en Alemania, radica en haber conseguido la colaboración de las empresas en íntima conexión con las escuelas profesionales de clase teórica. La duración de este tipo de aprendizaje está comprendido entre dos y tres años, según el tipo de formación que se curse. (ASET, 1999).

Es muy importante indicar que las diferentes profesiones, dentro del aprendizaje, están perfectamente estructuradas en sus perfiles, currículos y exámenes. El aprendiz recibe una remuneración de la empresa que va aumentando anualmente

a medida que avanza la formación; este programa cuenta con la colaboración de asociaciones económicas, organizaciones empresariales y sindicatos.

La formación profesional no solamente sigue el sistema dual, sino que existen otras vías de formación utilizadas por los jóvenes. Entre otros caminos se encuentran las escuelas técnicas profesionales, como enseñanza a tiempo completo que preparan a sus alumnos para el ejercicio de una actividad profesional.

Los beneficiados del sistema dual, son las empresas patrocinantes y los centros de formación profesional, quienes reciben un producto que cumple con los requerimientos mínimos que la empresa necesita para su desarrollo integral, colaborando así con el desarrollo del país.

Ventajas del Sistema Dual:

- ✚ Las ventajas que presenta (ASET 1999) el sistema dual permiten conocer los beneficios que el sistema aporta al educando, a la empresa y la escuela:
- ✚ Formar trabajadores dinámicos acordes con las exigencias de la empresa.
- ✚ Reducir costos con base en la formación de trabajadores calificados.
- ✚ Incorporar trabajadores motivados para el trabajo y con suficientes conocimientos teóricos prácticos de la ocupación.
- ✚ Promover el desarrollo de la empresa con base en trabajadores calificados, quienes tendrían más oportunidades de conocer avances tecnológicos.
- ✚ Orientar al trabajador en los aspectos de las relaciones humanas y de convivencia social.
- ✚ Impartir a los aprendices la cultura de la empresa, asumiendo de inmediato el rol del trabajador.

- ✚ Permitir el ingreso rápido en el mundo laboral y otorgar posibilidades reales de ascenso con base en los méritos.
- ✚ Lograr un aprendizaje vivencial.

4.1.2 El Sistema Dual en el ITSA

Proceso de Selección

En febrero de 2005 fueron convocados a la Cd. de Uruapan, Michoacán, 405 profesores, representantes de laboratorios de escuelas de nivel medio superior tecnológico y superior tecnológico por la empresa DEDUTEL Importaciones y Exportaciones para llevar a cabo un examen escrito en las áreas de matemáticas, lógica, inglés e Internet, así como un test psicométrico.

La evaluación tenía como objetivo elegir un grupo de docentes que viajarían a capacitarse en Alemania con respecto al Sistema de Educación Dual, como parte de un convenio contraído con la mencionada empresa y la Secretaría de Educación en el Estado de Michoacán.

Dicho examen arrojó una evaluación que tuvo como objetivo la preselección de un grupo de 94 profesores que fueron invitados a un curso de homogenización de conocimientos en las áreas de Matemáticas, Lógica, Inglés e Internet que se llevó a cabo en las instalaciones del Instituto Tecnológico de Uruapan, Michoacán del 05 al 16 de abril del 2005.

Capacitación

Producto de la evaluación en el curso de homogenización, fueron seleccionados 10 profesores para tomar una capacitación en el Sistema de Educación Dual Alemán. Esto con el objetivo de ser adoptado por el Estado de Michoacán. El sistema de Educación Dual Alemán es el sistema en el cual se forman los jóvenes técnicos alemanes con un esquema de 60 a 80 % de tiempo en el desarrollo de habilidades prácticas en los centros de trabajo y de 20 a 40 % de teoría en los centros educativos de manera alterna. Esta capacitación se componía de un curso del idioma alemán en la Cd. de Puebla, Puebla, durante un periodo del 06 de junio al 24 de septiembre del 2005, a nivel técnico en áreas de manejo de calidad, medio ambiente y seguridad en el trabajo en la Cd. de Saarbrücken estado de Saarland y un curso sobre el “Sistema de Formación Dual” en la Cd. de Riesa, Sajonia, en Alemania comprendido del 11 de octubre al 22 de diciembre del 2005.

Los docentes seleccionados fueron la Biól. María Elisa Villaseñor Zamorano, el L. I. Francisco Gamaliel Arias Urquieta, la M. C. Coral Contreras Flores, el Biol. Raúl Ramos Rangel, el Ing. Fidel Báez Benito y el Ing. Guillermo Alejandro Martínez García por el Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán. El M. I. Rafael Salas Zárate del Instituto Tecnológico de Zitácuaro, el M. C. Gilberto Lorenzana Cárdenas del C.B.T.A. # 181 de Maravatío, el L.A.E. Raymundo Arana Gutiérrez del C.B.T.A. # 69 de Tacámbaro y un décimo docente que no pudo asistir a los cursos.

Los docentes mencionados compartieron durante 7 meses esta aventura, en pos de una mejora en la calidad educativa que redundara en un mejor desarrollo del Estado; con el beneficio particular de la preparación académica.

Curso de Pedagogía

Se llevó a cabo en la Cd. de Apatzingán del 13 de marzo al 07 de abril del 2005, con la presencia de 6 multiplicadores. Con este curso se concluyó la etapa de capacitación en el Sistema de Educación Dual.

En este momento se está llevando a cabo la etapa de adaptación del Sistema Dual al Sistema Educativo Local, en donde se pretende que el I.T.S.A. aumente la vinculación con empresas productivas donde eventualmente sus egresados ingresarán a trabajar, logrando así una mejor capacitación y adquiriendo conocimientos para la resolución de problemas.

Objetivos del Sistema Dual en el ITSA

Objetivo General:

Implementar el Sistema Educativo Dual en el Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, Michoacán (I.T.S.A.).

Objetivos Particulares:

1. - Realizar una mayor y mejor vinculación entre el I.T.S.A., con el área empresarial del Estado de Michoacán.
2. - Incrementar el aprovechamiento de la maquinaria y los equipamientos en el I.T.S.A.

3. - Proporcionar un conjunto de contenidos teórico-prácticos, que permitan la incorporación del estudiante al campo laboral, teniendo un alto grado de dominio tecnológico, así como las habilidades y destrezas suficientes para el desempeño de cargos con un alto sentido de responsabilidad y ética profesional.
4. - Conformar un mayor acervo multimedial de los contenidos programáticos de las carreras participantes.
5. - Formar recursos humanos de acuerdo con las necesidades y los requerimientos de las empresas.
6. - Detectar los conocimientos (mensajes) principales de cada una de las carreras participantes, que el alumno más que aprender y comprender, deberá descubrir por sí mismo, para lograr así un aprendizaje significativo y duradero, el cual podrá ser empleado para la resolución de nuevos problemas.

4.2 Convenios de Vinculación

NOMBRE DE LA INSTITUCION	REPRESENTANTE LEGAL	FECHA DE FIRMA	VIGENCIA	OBSERVACIONES
GENERAL MOTORS DE MÉXICO S. DE R. L. DE C.V. (GMM)	MOISÉS PALLARES ZAMANO	28-SEP-04	28-SEP-07	
ASOCIACIÓN GANADERA DE APATZINGÁN	M.V.Z. ORLANDO TORRES ORTIZ	12-AGO-04	12-AGO-07	
FUNDACIÓN PRODUCE	DRA. MARTHA XOCHITL FLORES ESTRADA	09-ENE-04	09-ENE-07	VALOR AGREGADO EN LA INDUSTRIA DE LA LECHE
CEMEX MÉXICO S.A DE C.V.	DR. CARLOS FLORES SALAZAR	14-ABR-05	14-ABR-08	ZAPOTILTIC
CONVENIO CON EX ALUMNOS DEL ITSA	LIC. BRENDA MOLINA CAMPOS	05-SEP-03	05-SEP-06	
SUMA SUPLADER 09	MTRO. GUILLERMO VARGAS URIBE	21-ENE-04	21-ENE-07	PRODUCCIÓN DE MADERA PLÁSTICA
UMSH	MTRO. JAIME HERNÁNDEZ DÍAZ	16-MAR-04	16-MAR-07	COLABORACIÓN
CANACINTRA	C. SERGIO GUIZAR GARCÍA	30-ABR-04	30-ABR-07	COLABORACIÓN
TEC MORELIA	ING. ARMANDO JESÚS ZARAGOZA VILLAFÁN	12-MAY-04	12-MAY-07	MAESTRÍA
CFE	ING. SALVADOR IÑIGUEZ SÁNCHEZ	07-JUL-05	07-JUL-08	
CBTA 114 N. ITALIA	M.C. BERTA BELTRÁN BRACAMONTES	11-JUN-03	11-JUN-06	

TABLA 4. CONVENIOS EMPRESAS-ITSA¹⁹

¹⁹ FUENTE: Depto. De Vinculación del ITSA

4.3 Alternativas de Vinculación

4.3.1 El egresado como emprendedor

FORMACION DE EMPRENDEDORES

El ITSA al preocuparse de la formación integral de los estudiantes, estará en la posibilidad de implementar una plan estratégico que permita una nueva generación de alumnos y haciéndolo extenso a los académicos que con su participación se fomentara el espíritu empresarial, para lo cual se deben desarrollar talleres donde se ponga en practica el proceso de creación, desarrollo y cierre de una empresa, como ejercicio didáctico y formativo de actitud empresarial.

Aunado a lo anterior fomentar en la comunidad Tecnológica la participación en los dos concursos nacionales que son:

- CREATIVIDAD
- EMPRENDEDORES

Donde el Concurso Nacional de Creatividad surgió con la finalidad de ofrecer a los alumnos, profesores y comunidad tecnológica, la oportunidad de desarrollar tecnología vinculada a la solución de problemas de producción y, al mismo tiempo, brindar al sector productivo la posibilidad de conocerlos y comercializarlos.

A su vez, el Concurso Nacional de Emprendedores se creó con la finalidad de dar reconocimiento a las mejores empresas surgidas en el subprograma Formación de Emprendedores.

Considerando que todo alumno debe tener los conocimientos académicos necesarios dependiendo del área de estudio, al formarse como emprendedor deberá considerar lo siguiente:

- Un emprendedor no espera a que nadie le dé una oportunidad, cree en él y en su proyecto, y lucha por llevarlo hacia adelante.
- Un emprendedor es una persona que toma riesgos, tiene iniciativa y creatividad para que las cosas sucedan y no solamente ser espectador de que las cosas pasen.
- Un emprendedor vislumbra una oportunidad y un nicho de negocios a pesar de no controlar y contar con los recursos financieros, humanos y materiales, necesarios.

El Perfil de un Emprendedor, debe conformarse con las actitudes como:

- Audacia
- Confianza
- Tenacidad
- Responsabilidad
- Voluntad
- Pasión

4.3.2 Incubadora de empresas

Son las entidades encargadas de apoyar el **nacimiento y las primeras etapas de desarrollo de nuevas empresas**, con la condición de que su factor competitivo sea el conocimiento (base tecnológica). Las incubadoras de empresa constituyen

un elemento estratégico de la política de innovación de los países. En tal sentido, la literatura especializada destaca su utilización para favorecer el desarrollo de un sector o rama industrial de empresas intensivas en conocimientos (científicos, tecnológicos o de mercado). En general, son instrumentos fuertemente orientados al desarrollo de regiones, en los que el poder local tiene un papel estratégico y, en general, vital para su surgimiento y sostenimiento en el tiempo.

4.3.2.1 Las Incubadoras de Empresas y el desarrollo regional

Una estrategia para alcanzar el desarrollo regional son las Incubadoras de Empresa de base Tecnológica, que pueden operar dentro o fuera de un Parque Tecnológico.

Esta es una opción que puede ser utilizada por todas las universidades interesadas en investigación y desarrollo.

Las Incubadoras se caracterizan por la búsqueda de innovación. Los factores de éxito de un proyecto de Incubadora de Empresas, entre otros son:

- Acometer principios básicos con la incubadora como componente catalítico.
- Reconocer que la incubadora requiere subsidio inicial.
- Iniciar con encuestas de demanda, análisis de factibilidad y plan de negocios.
- Escoger sitio y espacios físicos que faciliten la incubación y generación de ingresos.
- Estructurar gobierno para minimizar interferencia, maximizar asistencia y reforzar petición y rendición de cuentas.
- Seleccionar, entrenar, remunerar y motivar a los administradores de las incubadoras.
- Seleccionar empresas que estén en sus primeras fases y que tengan potencial de crecimiento.
- Desarrollar un rango de servicios de: consultoría, información, desarrollo de empresas, finanzas y redes orientado a las necesidades de la empresa.

- Promover a la incubadora como plataforma de convergencia de soporte por universidades, parques tecnológicos.
- Reingeniería para tomar ventaja del potencial de Internet para acelerar empresas relacionadas con Internet.
- Crear asociaciones, cámaras, clubes y otras estructuras que puedan promover el respaldo a las incubadoras.
- Instalar Sistemas de Información para recolección de datos que permitan el monitoreo y la evaluación del comportamiento, efectividad y sustentabilidad del proyecto.

Ante la necesidad de generar nuevas empresas, que contribuyan al bienestar de la sociedad y sean proveedoras de mejores empleos se propone que en el Instituto Tecnología Superior de Apatzingán se implemente esquemas como el de las “Incubadora de Empresas”. Donde se pretende apoyar a los alumnos emprendedores e integrando a la vez un grupo multidisciplinario que genere empleos para los futuros profesionistas egresados del ITSA.

Menos del 50% de los jóvenes mexicanos que tienen entre 12 y 29 años tienen empleo. De los 33.6 millones de jóvenes del país, sólo 14 millones se encuentran económicamente activos, a pesar de que la mayoría cuenta con un nivel educativo medio y profesional. La Tasa de Desempleo Abierto en el país al mes de marzo es del 3.86% a nivel nacional, y en Michoacán es de 3.3% en el tercer trimestre del 2005 según encuestas del INEGI.

Por lo que surge como una necesidad imperativa el apoyar esta estrategia, dicho lo anterior, este organismo de Incubadoras de empresas en el ITSA, tendrá la tarea de:

- Asesorar el proceso de creación de una nueva empresa
- Explicar la necesidad y como crear un Plan de Negocios
- Indicar los requerimientos de un plan de Negocios

4.3.3 Difusión electrónica de egresados

En este punto se pretende que el Instituto Tecnológico sea en gran parte el promotor de los futuros egresados, este medio contendrá la siguiente información:

- Datos personales de los futuros egresados (a través de la entrega de solicitud de empleo).
- Información de Apoyo para egresados:

Como hacer un Currículo Vitae:

Elaborar tu currículum es un ejercicio de reflexión, análisis y síntesis.

- La máxima extensión es de dos hojas si así se necesitara.
- Debe incluir información de: trayectoria académica, habilidades principales, experiencias profesionales y actividades extra académicas.
- Debe ser claro, conciso, sin “horrores ortográficos” y con un formato uniforme.
- No es conveniente usar siglas o abreviaciones, escribe el nombre completo de las instituciones que mencionas.
- En lo que respecta a la escritura se recomienda como tipo de la fuente y tamaño: Arial (10 ó 12 puntos), respectivamente.

El contenido de un Currículo Vital

1. Datos de localización

Deberán aparecer en primer termino y pueden ser:

Nombre Completo
Dirección (opcional)
Teléfonos de contacto
Dirección de e-mail (formal)

2. Objetivo profesional o Áreas de Interés

“Aplicar mis conocimientos y habilidades... para desarrollarme profesional y personalmente.” Esto es un texto con los que la mayoría inician, esta información es muy general y no especifica nada acerca de tus intereses y como te ves en la empresa. Si tienes un objetivo claro de lo qué quieres hacer, en dónde y para qué, es mejor que sólo establezcas tus áreas de interés.

3. Trayectoria Académica o Educación

Inicia por los últimos estudios, no incluir diplomados o cursos de idiomas, sólo Maestría, Licenciatura e Intercambios académicos.

Por Ejemplo:

1. Tecnológico Superior de Apatzingán
Licenciatura en Informática
1994-1999

4. Habilidades

Es importante que especifiques cuales son tus fortalezas, es decir que te diferencia de otros profesionistas o que te hace mejor; como sugerencia escribe como máximo cuatro habilidades. Aquí incluye idiomas (cual?, y el nivel de dominio (avanzado, intermedio o básico) y computación.

Idiomas:

Inglés Avanzado (Toefl 630)

Italiano Intermedio

Computación:

Manejo en ...

5. Experiencia profesional

En esta sección escribe el nombre completo de las empresas en las que se ha trabajado, si es que se tiene esta experiencia. agregando el período en el se trabajo, puesto, funciones y/o logros.

Ejemplo:

Sigma, S.A.

1994-2000

Gerente de Ventas:

- Atendiendo 5 Zonas, y coordinando a 20 vendedores , los cuales incrementaron en un promedio sus ventas en un 30%.

6. Experiencias Relevantes

Si aún no has trabajado formalmente puedes potenciar los proyectos y actividades más relevantes de tu vida académica. En este apartado puedes incluir el servicio social, las clínicas empresariales o comunitarias, residencias profesionales y servicio becario. Busca todo programa académico que pueda estar relacionado con tus áreas de interés o en los que desarrollaste habilidades, valores, actitudes y conocimientos útiles para el puesto o área en la que quieres trabajar.

Por Ejemplo:

Servicio Social en Jornaleros de Michoacán

(2004-2005)

- Capacitación y asesoría a 30 familias de jornaleros para que tu vieran una mejor calidad de vida con los proyectos de “vivienda digna” y “una mejor salud”.

7. Proyectos relevantes

En este apartado se puede resaltar proyectos innovadores que hayan tenido un gran impacto en tu aprendizaje o en una institución. Si obtuviste reconocimientos o premios que hayas ganado, este es el apartado para mencionarlos.

8. Actividades extra académicas

Indica si formaste parte de algún grupo representativo y detalla los talleres a los que asististe, ya que esto da una idea de la formación integral que puedes tener.

9. Educación continua, cursos, diplomados o certificaciones.

Escribe los cursos o certificaciones que apoyen y complementen tu currículum.

Para tener en cuenta:

Antes que nada recuerda que debes ser honesto, ya que si se requiere tendrás que comprobar todo lo escrito en el currículum.

Puedes incluir una sección de datos personales como lugar y fecha de nacimiento, disponibilidad de viajar y cambiar de residencia. No es necesario incluir edad y estado civil. Si presentas un poco más de información, puedes incluir tus hobbies, aunque no es lo más recomendable.

En cuanto a las referencias personales, no las debes escribir en tu currículum pero sí es importante que lleves a la mano la información por si te la piden.

Tu currículum no es sólo un listado de actividades que has hecho, es el medio por el cual obtendrás la oportunidad de conseguir el trabajo que quieres.

Te recomendamos que cuando lo termines, lo revises cuidadosamente. Recuerda, puedes hacer un currículum para cada área que te interesa o para cada puesto. Enviarlos no te asegurará entrevistas, por lo que es importante que diseñes un plan de búsqueda de empleo.

Tú defines el orden de la información de acuerdo al impacto que quieras provocar. Esto es, si te interesa un área específica y has tomado cursos que no están relacionados con ésta, no es conveniente que los detalles, mejor prioriza la información.

CAPITULO V

“TU EMPRESA , ES TU EMPLEO”

5.1 Actitud Empresarial

Es importante mencionar que todo individuo que desea convertirse en cierto profesionista o persona de servicio como puede ser un doctor, escritor, militar, diplomático, contador, etc. No es suficiente con que se les trate de enseñar para poder serlos, esto quiere decir, que todas las actividades requieren de la aptitud o vocación adecuada, natural o desarrollada; por lo tanto la actividad de un empresario no es la excepción; no basta con tener la idea y el dinero para iniciar un negocio para que se llegue a formar un buen empresario; se requieren características y cualidades innatas o susceptibles al desarrollo.

“El Emprendedor, el Administrador y el Técnico... ¡qué equipo!, los interesados en los negocios tenemos tres personalidades que conviven en nuestro interior el emprendedor, el administrador y el técnico.

El Emprendedor es el visionario, el soñador, la energía, la imaginación. Vive en el futuro, nunca en el pasado y raramente en el presente. Es el innovador, el estratega, el creador de nuevos métodos para desarrollar mercados, es el Ray Krok de McDonald’s, el Tom Watson de IBM y el Yo de muchos mexicanos emprendedores exitosos.

Por su parte, el Administrador es pragmático, metódico. Sin él, no habría planeación, organización, control. El administrador ve problemas donde el emprendedor ve oportunidades. Esta persona construye una casa y vive en ella para toda la vida, mientras que el emprendedor al terminar la casa ya está pensando en dónde va a construir la siguiente. Son personalidades compatibles: sin el emprendedor no habría problemas para resolver para el administrador y sin el administrador no podría haber negocio. La simbiosis de ambos es lo que consolida un buen negocio.

El Técnico parte de la idea de que si se quiere que las casas estén bien construidas, debe hacerlas él mismo. Esta personalidad vive en el presente y es 'profeta' en la realización de actividades, eso sí, una por una. Es feliz controlando el flujo de la operación del trabajo. Pensar en nuevas ideas para él, es perder el tiempo: todo se reduce a metodología, pero no a ideas.

El emprendedor es quien crea nuevas ideas para el técnico. En tanto que el administrador es un problema para el técnico, pues le impone el orden. El técnico es individualista y no puede ser parte de un sistema porque invade su individualidad. El emprendedor siempre está creando nuevas ideas para el técnico.

Mientras el emprendedor se despierta con un proyecto nuevo, el administrador dice: ¡Oh, no!; el técnico por su parte, piensa en el negocio para hacerlo él solo. Para el administrador y el técnico, el primer y único 'problema' a resolver de inmediato es el emprendedor.

¡Qué equipo!... Qué sería de estos tres factores – o Yo interno-, si trabajaran en forma conjunta y estuvieran balanceados en su actividad diaria y normal. Desafortunadamente, nuestra experiencia no ha demostrado que muy pocas personas cubren estos tres elementos: el típico propietario de un negocio es sólo 10% emprendedor, 20% administrador y 70% técnico.

Para el técnico, un sueño hecho realidad es: el jefe esta muerto. Sin embargo, el negocio es un desastre porque la persona errónea está al frente: **el técnico** (...)²⁰

²⁰ "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 10

5.2 Creatividad e innovación

La creatividad e innovación existen en la mente de las personas, solo basta con dejarlas salir y empezar a darles forma; las anteriores tienen sus bases de forma intrínseca en la **idea**, ideas que sirven para proyectar una empresa, o productos y/o servicios que se puedan ofrecer; existe una gran diversidad de fuentes para generar una idea tales como los medios de comunicación, libros, revistas, periódicos, conversaciones, intuiciones e incluso de la observación de nuestro entorno o realidad.

La innovación es llegar a ofrecer mejores, distintas y novedosas soluciones para las necesidades o gustos existentes de los consumidores, misma que debe permanecer en una constante. La creatividad esta ligada directamente en el factor de crear productos o servicios nuevos y que generen impacto en el mercado.

El nuevo empresario puede estar en las siguientes situaciones:

-  *Ya tiene la idea*, significa que tiene su origen en algunos antecedentes:
 - a) Orientado a la producción.- cuando se conoce el procedimiento de cómo producir algo.
 - b) Orientada a la venta.- Actividad que posiblemente ha sido su empleo y tiene los conocimientos suficientes sobre el manejo y los contactos necesarios.
 - c) Orientado a las relaciones.- Cuando se conoce el ambiente y personas necesarias para producir y vender algo; lo cual le permitirá crear su empresa.

- *No necesita una idea propia*, esta considerando una franquicia, por lo general, es un fabricante o distribuidor de un bien o servicio registrado y patentado, que tiene un éxito reconocido y que le puede ofrecer capacitación personal y asistencia en forma general, a cambio del pago de regalías o porcentajes, además de la inversión que se tendría que hacer.
- *Tiene el interés y tal vez los medios pero no la idea de la empresa.*

Cuando se desea crear una empresa se debe tener en consideración que “En un mercado competitivo, el producto o servicio que el consumidor elija como el que más le conviene es el que se lleva la venta. El empresario que tiene la actitud de orientar su empresa al consumidor y al mercado tiene una ventaja adicional, pues permitirá ir cambiando su empresa y sus productos conforme se modifica el mercado, pues éste es muy cambiante”.²¹

Con el objeto de que la idea de su empresa , productos y servicios, se mejore desde el inicio tenga en cuenta:

- Una mente abierta, fresca como de niño, puesto que a ellos se les hace fácil e interesante una situación o idea, mientras que el adulto pierde la capacidad mientras crece y va teniendo una mente complicada y prejuiciosa.
- Usted y sus posibles colaboradores exploren y exploten su capacidad creadora, permitiendo que fluyan ideas sin importar que tan buenas o malas puedan ser, sin juzgar, razonar o evaluar simultáneamente las mismas, utilizando solo la zona creativa del cerebro.

²¹ “Como iniciar una pequeña empresa”, de Jorge Salazar Leytte, pag. 20

- Después de algunas horas, o incluso días después; utilicen la parte del raciocinio del cerebro para analizar, juzgar, evaluar las ideas y llegar a la mejor y más útil según el punto de vista del consumidor y que esta sea realizable.

Comprendido lo anterior a hora se encuentra en la posibilidad de utilizar y aprovechar al máximo las siguientes técnicas:

5.2.1 Técnica de exploración de posibilidades²²

Para productos o servicios que se tengan en mente, se recomienda explorar otras posibilidades o alternativas que puedan tener, utilizando la siguiente lista:

Otros usos

¿puede tener otros usos tal y como está?, con modificaciones, ¿puede tener usos adicionales?

Aumento

¿qué se le puede aumentar?, ¿tamaño, resistencia, cantidad?, etc.

Reducción

¿qué se puede eliminar?, ¿qué se le puede reducir?

Sustitución

¿qué se le puede sustituir?, ¿materiales, empaques?, etc.

²² "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 22

Cambios

¿qué se le puede cambiar?, ¿apariencia, color, empaque?, etc.

Combinación

¿con qué se puede combinar?, ¿con otros productos, materiales?, etc.

5.2.2 Técnica de tormenta de ideas²³

Ésta es una técnica muy popular y se puede decir que más “abierta”, pues se puede aplicar tanto a un producto o servicio que se tiene en mente, como a cualquier otra acción u objetivo como mejorar el sistema de comercialización, distribución, entrega, etc.

Lo que se requiere es dejar claro el objetivo que se busca y su entorno, para lograrlo, se provocará una tormenta de ideas, es decir, que fluyan libremente todas las alternativas posibles para lograrlo, siguiendo el lineamiento de no evaluar o racionalizar simultáneamente la idea, pues esto frenará la generación de ellas.

²³ “Como iniciar una pequeña empresa”, de Jorge Salazar Leytte, pag. 22,23

5.3 Análisis y evaluación de la idea comercial

Antes de seguir avanzando sobre la idea comercial es importante hacer un paréntesis donde se pueda hablar y especificar sobre la **Definición del Negocio** que se quiere emprender; es decir para definir sus productos, se necesita primero definir el negocio.

Definir de forma correcta y lo más certero posible el negocio en que se está o se quiere estar, es una de las áreas donde descansa el éxito de una empresa; aunque en la actualidad tanto pequeñas, medianas y grandes empresas no tienen bien definido cuál es su negocio. Es por lo que nuevamente retomamos que es un aspecto de actitud o visión empresarial.

Si se le preguntara a una empresa que fabrica pinturas cual es su negocio, respondería que el negocio de las pinturas; solo por citar alguno. Por lo que “no hay que confundir el negocio en que se está con los productos que se manejan. La razón es muy sencilla: el consumidor no compra el producto por sí mismo, sino por los beneficios que de él recibe. Las empresas, en el pasado y hasta ahora, han definido sus negocios por los productos que fabrican y su tecnología de producción. *En el futuro, las empresas exitosas deberán definirse por los servicios o necesidades que quieran satisfacer, aunque esto las lleve a fabricar productos cuyos equipos, procesos y materiales sean muy distintos entre sí*”.²⁴

²⁴ “Como iniciar una pequeña empresa”, de Jorge Salazar Leytte, pag. 26,27

Si ya se tiene la idea, definido el negocio ahora se debe definir a qué grupo (clases, estratos sociales actuales o futuros) al que se quiere dirigir el producto o servicio de la empresa, puesto que x producto puede no satisfacer las necesidades de todas las personas según su percepción. Lo siguiente a tener en cuenta es el área geográfica que se pretende cubrir, procurando conocer cuantitativamente el potencial de posibles consumidores. Además se debe de conocer la poca, mucha o nula competencia directa o indirecta.

Cabe mencionar que sería válido y sano para la empresa visualizar el futuro de la misma, considerando no ofrecer un solo producto sino una línea de ellos; aunque inicialmente no se considere la producción o comercialización de los mismos; más sin embargo, esto dará una mayor visión de crecimiento y de diversas posibilidades. Al conjunto de productos que maneja una empresa se le suele llamar portafolio de productos y cuenta con dos dimensiones:

Ancho: las distintas líneas que lo componen,

Profundidad: el número de modelos que forman cada línea.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, sería de gran utilidad clarificar el mercado para nuestros productos o servicios:

Productos para un mercado de consumo son aquellos comprados y usados por los individuos como son: ropa, calzado, medicinas, muebles, computadoras, equipos electrónicos, automóviles, alimentos, etc.

Productos para un mercado industrial son comprados y utilizados por empresas dedicadas por lo general a la transformación, y pueden ser: maquinaria, herramientas, materias primas así como computadoras, automóviles, etc.

Sin el ánimo de que se desista de la creación de una empresa, sino todo lo contrario, se recomienda que también se considere analizar y evaluar factores tan importantes como lo son:

- Influencias Externas
- Tecnológicos
- Políticos y Gubernamentales
- Económicos
- Sociales
- Competencia (oferta actual)
- El consumidor
- Mercado (demanda posible)

Para los puntos anteriores se recomienda la lectura del libro “Como iniciar una pequeña empresa, su viabilidad de mercado”, por Jorge Salazar Leytte.

5.4 Un modelo para la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales

En definitiva, la puesta en acción de la nueva empresa debe responder a la figura 18, con independencia del sector de que se trate, aunque la figura es de aplicación para cualquier sector, es importante tener el conocimiento sectorial exhaustivo que se supone y que con mayor especificación debe entenderse y tratarse a dicho modelo.



FIG. 18 PROCESO DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA

La creación de un concepto de negocio debe iniciarse a partir de un profundo conocimiento del mercado sobre el que se pretende actuar de manera que nos permita identificar necesidades no cubiertas o cubiertas insuficientemente para un determinado ámbito de mercado. Evidentemente, cuanto mayor sea la amplitud de

este ámbito, mayor potencial de rentabilidad tendrá el proyecto. Por ejemplo, la base del éxito de muchos conceptos de comida a domicilio se ha basado en que cubrían una necesidad que incumbe a muy amplias capas de la sociedad por causa de factores demográficos, tales como incorporación de la mujer al mercado de trabajo de manera generalizada, cambio en horarios de trabajo, elevadas distancias de los hogares a los centros de trabajo, etc.

5.5 Empresas competitivas, Gestión de las pequeñas y medianas empresas (PyMES)

PyMES y emprendedores son materias tradicionalmente ligadas, de hecho una PyME nace a partir del esfuerzo del emprendedor. Las pequeñas y medianas empresas viven en este inicio de siglo un momento de esplendor. Tras muchos años en que los mercados sucumbían ante el empuje de las grandes corporaciones multinacionales y las doctrinas de gestión empresarial concentraban todos sus esfuerzos de análisis en los modelos de éxito de éstas, los mundos académicos, empresariales y gubernamentales parecen haber descubierto el verdadero motor que alimenta la innovación, la generación de empleo y riqueza en las sociedades modernas, las PyMES. Pues bien, en estos primeros años del siglo XXI, las condiciones de los mercados, la actividad impulsora y desregulatoria de los gobiernos, los incentivos fiscales y de otros tipos a la creación de empleo, los esfuerzos de las asociaciones sectoriales, el cambio cultural y la profesionalización de la gestión en este sector, han hecho que la tasa de nacimiento y de desarrollo de las PyMES en casi todas las sociedades esté experimentando porcentajes espectaculares.

De acuerdo con los datos de la U.S. Small Business Administration (SBA) de 2001, entre los años 1996 y 2000, las empresas de entre 1 y 19 trabajadores -que

representan el 20% del empleo total en Estados Unidos-, crearon el 65% de todos los empleos netos en el período; mientras tanto, las empresas de más de 500 trabajadores, que representan el 46% del empleo, solamente crearon el 14% de los nuevos empleos. En esta clara tendencia destructora de empleo de las grandes empresas ha influido sobremanera el proceso de concentración impulsado por los procesos de fusiones vividos en casi todos los sectores de actividad. Por el contrario, en la época del análisis de la SBA, se vivió un momento de máxima eclosión de nuevos proyectos empresariales en los sectores de lo que se vino a denominar la Nueva Economía.

5.5.1 Pequeñas y Medianas Empresas de México PyMES

En los últimos cuatro años, las industrias de menor tamaño en el país generaron 404 mil 222 mil empleos formales. Desde principios del 2003 a lo que va del 2006, el número de puestos de trabajo ha ido en aumento, según registros de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa de la Secretaría de Economía (SE).

“En conjunto con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la Secretaría de Economía actualizó el censo que hasta 2004 registraba un total de 3 millones 400 mil empresas en el país, y que para abril de este año alcanzó los 3 millones 958 mil 400.

La Secretaría de Economía (SE) ha generado el impulso más significativo para la creación de nuevas empresas en México, 99.8 por ciento de las cuales son PyMES.

"El factor más importante para la generación de empresas es promover la capacidad emprendedora de los mexicanos".

En entrevista, el Subsecretario de Economía Alejandro González Hdez., señaló que dicha dependencia tiene presencia en 170 universidades alrededor del país para presentar el programa de incubadoras, que actualmente suman 240 en todo el territorio nacional.

La SE reconoce que no se trata de invertir en incubadoras y abandonar los proyectos a merced de la inexperiencia y las fluctuaciones económicas. "Tenemos que decirle a los emprendedores cuáles son los mecanismos administrativos que deben implementar y qué tipo de negocio crear", añadió.

"No todas las empresas que se generan se registran en el IMSS", dijo, González Hernández, quien se anticipa y adelanta que todavía quedan por crearse alrededor de 4 mil 300 empresas en lo que resta del año.

"Para 2003 y 2004 los recursos públicos cayeron a 800 millones de pesos, lo que explica la disminución de los fondos PyME esos años. La recuperación obedece a que se tuvo un consenso nacional para apoyar a la PyME, apoyado por el presidente en 2005, cuando se veía que el fondo no iba a crecer lo suficiente. Se habían aportado mil 27 millones de pesos. El presidente añade 800 millones de pesos adicionales que lo hacen llegar en 2005 a mil 900 millones de pesos", detalló.

En 2006, dijo, es la consolidación del sistema nacional de incubación de empresas. Se tienen 2 mil 14 millones de pesos para el fondo. ”²⁵

Actualmente en nuestro País existen los denominados nichos de oportunidades en diferentes sectores de la industria, por ejemplo: la industria del vestido, de vegetales, de muebles, industria cárnica, etcétera y al ser México un país tan vasto en cuestión de materias primas de buena calidad, la idea de crear una empresa que se sitúe dentro del concepto PyME.

5.6 Tu Plan de Negocios

Mucha gente puede pensar que la actividad empresarial está guiada sólo por la intuición o eso que se da en llamar feeling para los negocios. Sin duda, éstas son cualidades importantes y casi inherentes a cualquier empresario, pero no por ello debemos dejar todo del lado del impulso del genio creativo. Los negocios también exigen una planificación ordenada de lo que se quiere hacer, con independencia de la también necesaria flexibilidad para reaccionar a cambios en el entorno prefijado o para intentar sacar partido de nuevas oportunidades que se presenten.

²⁵ Periódico el Universal de México/ Viernes, 28 de Julio de 2006

Planificar, supone marcar un rumbo. Un rumbo que debe ser acertado pues lo basamos en el pensamiento estratégico. A partir de ahí estableceremos las acciones y los recursos necesarios para alcanzar la meta. Curiosamente casi ningún plan de negocio se cumple luego con exactitud en la práctica. Pero sí ha servido para guía. Tal vez no en línea recta sino haciendo algún zigzag, tal vez antes o después de lo esperado, tal vez gastando algo más o menos de lo diseñado, pero se llega.

Sólo cuando se ponen reflexivamente por escrito los planes de una empresa, los recursos necesarios para ello y los tiempos en los que se quiere desarrollar la actividad se podrán advertir incoherencias, mayores o menores necesidades de las previstas, reconsiderar los plazos inicialmente establecidos. En suma, la elaboración del plan de negocio aporta las necesarias dosis de realismo y sentido común que deben regir el inicio de la actividad empresarial.

Existen empresas establecidas que solicitan la elaboración de planes de negocios a corporativos, lo que no suele ser el caso de los emprendedores individuales que suelen carecer de recursos para acudir a estas fuentes.

El plan de negocio: ¿qué es y para qué sirve?

El plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

La elaboración de un plan de negocio cubre dos objetivos concretos:

-  Por un lado, permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un exhaustivo estudio de mercado que le aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento de su proyecto y para determinar con bastante certeza la viabilidad de su proyecto. A partir de ahí, se desarrollarán las medidas estratégicas necesarias en cada área funcional concreta para llevar a cabo los objetivos que el propio plan habrá previsto. Una vez en marcha, el plan de negocio servirá como herramienta interna que permita evaluar la marcha de la empresa y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y como fuente de valiosa información para la realización de presupuestos e informes.
-  Además, el plan de negocio, cubre el objetivo de ser la tarjeta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas, bancos, inversores institucionales y privados; organismos públicos y otros agentes implicados a la hora de recabar cualquier tipo de colaboración, ayuda y apoyo financiero. En este sentido, el plan de negocio, juega para el empresario que desea crear su organización un papel equivalente al del Currículo Vitae para el profesional que busca empleo.

Aspectos formales a la hora de redactar un plan de negocio

La elaboración de un plan de negocio lleva consigo el seguimiento de una serie de reglas o estándares que afectan a aspectos formales del mismo como el vocabulario utilizado, la estructura interna del documento, el contenido de cada apartado concreto o la propia presentación formal del documento, todo ello en función de los objetivos que persigue su elaboración.

Comenzando por el lenguaje utilizado, un plan de negocio se suele dirigir a más de un tipo de lector, por lo cual es importante utilizar un lenguaje que sea inteligible por más de un colectivo: inversores, banqueros, proveedores, tecnólogos, etc.

Entrando en la estructura del documento, no existen reglas predeterminadas sobre la misma, al no constituir el plan de negocio ningún documento oficial en el que se deban respetar formatos prefijados. En cualquier caso, el propio contenido de la actividad establece una sistemática común a este tipo de documentos. A continuación se propone un sumario o esquema del contenido de un plan de negocio:

A. SUMARIO EJECUTIVO (en ejemplar separado).

1. INTRODUCCIÓN.
2. ÍNDICE.
3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.
4. ESTUDIO DE MERCADO.
5. DESCRIPCIÓN COMERCIAL/PLAN DE MARKETING.
6. DESCRIPCIÓN TÉCNICA/PROCESO PRODUCTIVO.
7. PLAN DE COMPRAS.
8. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.
9. ESTRUCTURA LEGAL.
10. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO.
11. VALORACIÓN DEL RIESGO.
12. RESUMEN.

A la hora de redactar los diferentes apartados del plan de negocio, y en aras de que éste mantenga su nivel de utilidad a lo largo del tiempo, es importante que la

información que se contiene sea actual y veraz. La encuadernación habrá de ser cuidada y la información deberá contenerse en tres libros, uno breve con el sumario ejecutivo, un segundo destinado al grueso de la información y el otro, el libro de anexos, destinado a contener todas aquellas informaciones no directamente relevantes pero que apoyen o confirmen tendencias o estrategias establecidas en el libro principal: encuestas o estadísticas, informes de terceros, textos legales, planos, presupuestos, los diferentes escenarios y sus implicaciones en los diferentes estados financieros del proyecto, etc.

Muchos emprendedores vuelcan en el plan menos información o la explican de manera poco adecuada para no iniciados, al tender a pensar que todo el mundo sabe igual que ellos del negocio. Otras veces, se deja la redacción formal para el último momento y se lleva a cabo con gran premura y muchas deficiencias.

Por tanto, se debe cuidar también los aspectos formales y hacer que el plan de negocio resulte atractivo, fácil de leer, utilizar un lenguaje claro y convincente haciendo resaltar los aspectos más importantes.

Características de un buen y un mal plan de negocios

Características de un buen plan de negocio:

- Buena Presentación
- Claro y sencillo
- No debe ser demasiado extenso
- Realista, lógico, y, por tanto, convincente.
- Describe claramente los recursos necesarios
- Analiza los riesgos críticos del negocio

- Incluir datos que soporten la toma de decisiones
- Dar certeza de que es un proyecto sustentable
- Debe cumplir con la responsabilidad social de la empresa
- Necesidades financieras y retomo de la inversión claramente definidos

Características de un mal plan de negocio:

- Enamorarse de la idea, y, por tanto, apreciar sólo sus virtudes y minusvalorar o incluso no reconocer las debilidades
- Insuficiente investigación del mercado
- Deficiencias financieras
- No se vislumbra claramente cuál es público objetivo al que van dirigido los productos que se quieren comercializar
- Previsiones de ventas excesivas y no basadas en la realidad del mercado
- Demasiado largo
- Mal escrito, poco convincente
- Deficiente explicación de la oportunidad
- Análisis superficial de la competencia
- Ausencia de sumario ejecutivo

La elaboración de los diferentes apartados del plan de negocio

A) Sumario Ejecutivo

El sumario ejecutivo, aunque figure en este orden en el esquema de plan de negocio descrito en este capítulo, en realidad es el último documento a elaborar y supone un resumen de toda la actividad propuesta en el plan de negocio. Este breve documento, que generalmente no debe extenderse más allá de las tres páginas, es un requisito "comercial", especialmente a la hora de negociar con potenciales inversores en nuestro proyecto empresarial, e igualmente puede ser la herramienta de comunicación con responsables corporativos, entidades financieras, etc.

Un buen sumario ejecutivo, debe incluir como mínimo:

- Una descripción del modelo de negocio que soporta la oportunidad, siendo útil a estos efectos describir nuestra cadena de valor y dejar claro nuestro modelo de ingresos.
- Una reseña del equipo promotor y gestor a cargo del proyecto con especial atención a su conocimiento del sector, su capacidad de gestión, su historial de logros empresariales, corporativos y su grado de compromiso con el proyecto.
- Un resumen de los datos más significativos del mercado de referencia, tamaño, potencial, barreras, clientes, competidores, etc.
- Un análisis de las diferentes áreas de gestión del proyecto con especial atención a aquéllas que resulten críticas en el éxito posterior del proyecto: producción, marketing, Recursos Humanos, etc.
- Un cuadro resumen de los aspectos financieros y una valoración de las necesidades de su inversión con su correspondiente calendario.

- Un resumen final haciendo constar los principales riesgos y sus correspondientes contramedidas.

1. Introducción

En este apartado debe constar el nombre y dirección de la empresa proyectada o ya constituida. En el supuesto de que estemos ante el lanzamiento de un nuevo producto o servicio por parte de una empresa ya constituida, deberá figurar un resumen de la actividad de la empresa, su fecha de constitución, actividades o sectores en los que opera, número de empleados, productos o servicios comercializados, etc.

Igualmente, debe constar en este apartado el nombre e historial profesional de aquellos profesionales que hayan aportado soporte técnico y participación en el plan de negocios para así otorgar credibilidad al proyecto.

Para finalizar el apartado de introducción, se ha de incluir un breve resumen de la naturaleza del negocio, las características del proyecto, el sector de actividad en que se encuadra nuestro producto o servicio, sus ventajas competitivas y la base sobre la que se apoyan las afirmaciones vertidas en el plan.

2. Índice

La estructura del plan de negocio ha de figurar en un índice que recoja los diferentes apartados y las páginas en las que figuran.

3. Descripción del negocio, Modelo de negocio

Se debe comenzar este apartado haciendo una breve descripción de la compañía que pretende llevar a cabo el proyecto analizado en el plan de negocio. Si estamos ante el supuesto de creación de una compañía, volver a hacer referencia a la experiencia y a los objetivos de los fundadores. En el caso de que exista ya una estructura gerencial, se deberán comentar los orígenes de la compañía, sus objetivos y las personas que ocupan los puestos de responsabilidad en la misma.

A continuación, es necesario hacer referencia al producto o servicio objeto del plan de negocio, las necesidades que cubre, su diferenciación con productos de la competencia, etc.

Fundamental en éste apartado es la descripción del modelo de negocio que soporta nuestro proyecto. El desarrollo del modelo de negocio es como la descripción de una historia que explica cómo funciona nuestra compañía, quién es el cliente, cómo generamos ingresos y cómo creamos en el proceso valor para nuestros clientes. En definitiva, qué hacemos, cómo lo hacemos para crear valor y cómo en el proceso recogemos los frutos en forma de ingresos.

También se debe hacer referencia a las medidas de protección y derechos sobre el producto o servicio que se pretende comercializar (patentes, marcas, anagramas, fórmulas de homologación, etc.) y en el caso de un nuevo producto las gestiones encaminadas a obtener patentes u otras fórmulas de protección cuyas gestiones hayamos iniciado o en su caso obtenido.

Para terminar esta descripción del negocio debemos posicionar nuestro producto o servicio dentro del mercado sobre el que pretendemos actuar y definir el mercado de referencia.

Generalizando lo anterior, se deberá anotar:

- ✿ Misión de la Empresa
- ✿ Visión de la Empresa
- ✿ Política de Calidad
- ✿ Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- ✿ Factores clave y ventaja competitiva
- ✿ Definición de la Planeación Estratégica
- ✿ Análisis de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

4. Estudio de mercado

La realización de un completo estudio de mercado es parte fundamental de un buen plan de negocio. La información obtenida a través de este estudio nos permitirá aventurar la viabilidad técnica, económica y financiera de nuestro proyecto empresarial. Igualmente nos ayudará a validar nuestro modelo de negocio, a modificarlo en su caso, a determinar la existencia de un mercado para nuestro producto o servicio y mediante la información que obtengamos de los principales actores que operan en un mercado determinado se podrá diseñar una precisa estrategia de penetración y diferenciación.

En definitiva, este estudio debe convencer a terceros acerca de la idoneidad de la oportunidad que se plantea en la realidad de su mercado de referencia, y aportar las claves que deben guiar y soportar la definición de todas las estrategias que deben acompañar el lanzamiento de la compañía, o del nuevo producto o servicio

si hablamos de empresas establecidas. Por tanto, la primera fase del estudio de mercado ha de ser la fijación de los objetivos y alcance del mismo.

El estudio de mercado debe realizarse en primer lugar y antes de avanzar en otras partes del plan de negocio. La información que se recaba mediante la realización del estudio de mercado influirá de modo enorme en la elaboración de todas las diferentes partes del plan de negocio, y en muchos casos, al ser elemento determinante a la hora de analizar la viabilidad del proyecto empresarial, puede suponer el cambio de estrategia o incluso el abandono de la idea de negocio.

Por lo que se tendrá en cuenta lo siguiente a la hora de realizarlo:

- ✿ Análisis de la Oferta.
- ✿ Análisis de la Demanda.
- ✿ Análisis de la Competencia
- ✿ Segmento de Mercado.
- ✿ Tamaño.
- ✿ Clientes potenciales
- ✿ Antecedentes y Tendencias.
- ✿ Análisis Sectorial

5. Descripción comercial, Plan de marketing

El plan de marketing, tiene como objetivo la fijación de estrategias comerciales que nos permitan alcanzar la cifra de facturación que recogerá el análisis económico-financiero. El plan de marketing, por lo tanto, ha de detallar nuestra estrategia global de marketing que nos sirva para explotar nuestra oportunidad de negocio y las ventajas competitivas inherentes a la misma. El plan de marketing ha

de contener el QUÉ se ha de hacer, el CÓMO se hará, el CUÁNDO se llevará a cabo y el QUIÉN será responsable de la implementación de las medidas comerciales. A continuación vamos a exponer de forma resumida los contenidos de los principales elementos presentes en un plan de marketing:

- ✿ Estrategia Comercial
- ✿ El Producto
- ✿ El Precio
- ✿ Políticas de Ventas
- ✿ Los Canales de Distribución
- ✿ Estrategias de Promoción y Publicidad
- ✿ Servicio post venta

6. Descripción técnica, Plan de operaciones

El apartado de descripción técnica debe incluir, en el caso de que nuestra actividad esté basada en el desarrollo, producción y comercialización de un producto, las dos primeras fases ahora citadas: el desarrollo y la producción. Si estamos ante un servicio, al no existir un proceso productivo como tal, hablaremos de descripción técnica y nos limitaremos a realizar una descripción detallada de los procedimientos y las necesidades técnicas en las que incurrimos a la hora de prestar el servicio concreto.

A continuación hemos de proceder a describir el proceso productivo, para lo cual debemos prestar atención preferentemente a los siguientes aspectos:

- ✿ Proceso de producción
- ✿ Distribución de la planta
- ✿ Maquinaria y Tecnología necesaria
- ✿ Materia Prima
- ✿ Políticas de Abastecimiento
- ✿ Inventarios

- ✿ Mano de obra requerida
- ✿ Capacidad instalada
- ✿ Efecto ecológico
- ✿ Estructura de costos
- ✿ Políticas de Calidad
- ✿ Estrategias para el Aseguramiento de la Calidad

7. Plan de compras

El plan de compras debe recoger la relación de materias primas y materiales necesarios para producir y comercializar nuestro producto o servicio. Es necesario llevar a cabo una estimación de coste y de las necesidades de existencias en almacén y de rotación de las mismas.

Igualmente, el plan de compras habrá de incluir un listado de proveedores y otras fuentes de aprovisionamiento y su localización. Los proveedores deben incluir desde aquellos responsables, por ejemplo, de diseño y equipamiento de instalaciones fabriles y comerciales, hasta los más específicos de mercancías, componentes o materias primas de la actividad. Se debe hacer mención a las condiciones y períodos de pago a los mismos, a descuentos sobre compras, disponibilidad y condiciones de entrega, etc.

8. Organización y recursos humanos

Al finalizar este punto deberemos tener muy claro cuál es la dimensión, coste y organización de la plantilla requerida para llevar a cabo la actividad del nuevo

negocio, así como cuál va a ser la evolución de la misma a medida que se cumpla el plan de crecimiento previsto en el plan. Son particularmente importantes este tipo de consideraciones en la medida en que los costes de personal consumen mucho circulante, en muchos negocios y, por otro lado, contar con los profesionales del perfil adecuado a las necesidades de la empresa acaba siendo un factor crítico de éxito para el futuro del nuevo proyecto.

Este apartado del plan de negocio incluye una descripción de las funciones directivas y de los puestos de línea, una descripción detallada de los puestos directivos claves con los perfiles requeridos o la descripción de las personas si ya estuviesen determinadas con la enumeración de sus responsabilidades.

Concluyendo que al terminar con este punto se deberá tener de forma clara y precisa, lo siguiente:

- Estructura organizacional
- Análisis de puestos
- Políticas de Personal
- Planes y programas de capacitación
- Marco legal
- Toma de decisiones
- Canales de comunicación

9. Estructura legal

Debemos recoger aquí la forma jurídica que revestirá a la empresa y el motivo de su elección frente a otras fórmulas jurídicas recogidas por nuestro ordenamiento, así como el régimen fiscal de la misma, elección de los socios y la filiación de los

socios fundadores de la empresa. Si estuviésemos ante el supuesto de una empresa ya constituida, a lo anteriormente citado se añadirían todas aquellas circunstancias que hubiesen modificado la naturaleza jurídica de la misma. Se deberá adjuntar copia de las escrituras de constitución y estatutos de la empresa.

La estructura legal deberá recoger también el nombre y personalidad de otros socios o inversores, con el porcentaje accionarial correspondiente y sus diferentes categorías, con sus derechos, obligaciones y restricciones. Además, se debe incluir en este apartado todo lo relacionado con los servicios de asesoría que se vayan a prestar desde el exterior, con especificación de la personalidad de los asesores, su especialidad y el coste estimado de sus servicios.

Todos los trámites administrativos y legales necesarios para constituir la empresa, por ejemplo, constitución de la sociedad, registros, licencia fiscal, licencias de actividad o de obras, etc., han de constar detallados paso a paso, con indicación del tiempo requerido para llevarlos a cabo y el coste de los mismos.

10. Estudio económico-financiero

El plan financiero es otro de los elementos básicos incluidos en un plan de negocio. Su propósito es el de evaluar el potencial económico de un proyecto empresarial y el de presentar alternativas viables de financiación para el mismo. Como es obvio, antes de llegar a este punto concreto, y tras la realización del estudio de mercado de nuestro plan de negocio, habrá sido necesario realizar «algunos números» previos que nos indiquen la posible viabilidad económica y financiera del negocio. A la hora de preparar nuestro plan financiero es necesario contemplar de forma creativa nuestro proyecto empresarial y considerar caminos

alternativos de financiación o lanzamiento para el mismo, en concreto en el plan de negocios debe detallarse la siguiente información:

- Inversión necesaria
- Proyección de Ventas
- Proyección de Costos y Gastos Operativos
- Elaboración de Estados Financieros Proyectados
- Flujo de Efectivo
- Flujo de Fondos
- Sistema de financiamiento
- Evaluación económica y financiera del proyecto

11. Valoración del riesgo y plan de contingencia

La puesta en marcha de un proyecto empresarial o el lanzamiento de un nuevo producto, es una actividad que de manera indudable lleva aparejados múltiples riesgos, y el plan de negocio debe contener implícitas referencias a los mismos.

El plan de negocio debe incluir una descripción de los riesgos y de las posibles consecuencias de circunstancias adversas que afecten a la industria, a nuestra compañía, nuestro equipo humano, la aceptación de nuestro producto o servicio por el mercado, o a retrasos en el lanzamiento del producto o servicio o de la obtención de los recursos financieros necesarios.

La identificación y discusión de los factores de riesgo en nuestro proyecto empresarial, y la propuesta de planes de contingencia, demuestra la capacidad de gestión del redactor y aumenta la credibilidad del proyecto de cara a los inversores. Además, estos riesgos deben venir acompañados de sus posibles contramedidas o plan de contingencia.

12. Resumen y conclusiones

Este es el último apartado del plan de negocio. En él se debe hacer constar, de forma resumida las principales fortalezas del proyecto, sus debilidades, sus ventajas, oportunidades, sus amenazas y riesgos.

Ocasionalmente en este resumen, puede figurar como conclusión final la negación de la viabilidad del proyecto, argumentando dicha acreditación con datos precisos de peso.

5.7 Programas y apoyos de instituciones públicas y privadas

Existen diferentes programas y apoyos, que están al alcance de quienes desean desea iniciar o crear nuevas empresas, mismos que pretenden facilitar el camino de la actividad empresarial, algunos de ellos son:

APOYOS ECONOMICOS

- Créditos
- Inversiones
- Fondos

TRAMITES LEGALES

- Guía de trámites
- Realización y Registro de trámites

ASESORAMIENTO

- Programas
- Capacitación
- Tecnología
- Redes

APOYOS FISCALES

- Organismos Del Sector Público
- Organismos del Sector Privado

A continuación se presenta una tabla general donde se concentran los apoyos y programas, posteriormente se relaciona tablas por dependencia.

CUADRO GENERAL DE PROGRAMAS Y APOYOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

INSTITUCIÓN	APOYOS ECONÓMICOS			TRÁMITES LEGALES		ASESORAMIENTO				APOYOS FISCALES
	CREDITOS	INVERSIONES	FONDOS	REGISTRO DE TRÁMITES	OTROS	PROGRAMAS	CAPACITACIÓN	REDES	TECNOLOGÍA	
SECRETARÍA DE ECONOMÍA (SE)					Información de trámites a través del primer contacto	*PROMODE * PRIMER CONTACTO	*PROMODE * guías empresariales	*Red Centro-Grece *Portal del emprendedor		
NACIONAL FINANCIERA (NAFIN)	*Créditos De tasa fija v variable *Programas de garantías		*Desarrollo de proveedores				Desarrollo Empresarial		Asistencia Técnica	
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO D.F. (SEDECO)	Programa de Microcréditos y Programas de Financiamiento				Guía de trámites para la apertura de un negocio					Incentivos Fiscales
SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL (STPS)						Calidad Integral y Modernización (CI-MO)				
SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL (SEDESOL)		Programa de capital de riesgo para empresas sociales	Fondo de apoyo al acompañamiento y formación para empresas sociales							
BANCOMEXT, S.N.C.	Créditos para proyectos de Inversión									
SECRETARÍA DE CONTRALORÍA Y DESARROLLO ADMINISTRATIVO (SECODAM)				Registro Federal de Trámites						
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN (CANACINTRA)					Ventanilla Única Gestión de Trámites	Consultoría Integral	CRECE	ECE(Eurocentro de cooperación empresarial)	UTT(Unidad de transferencia de tecnología)	
CAMARA NACIONAL DE COMERCIO (CANACO)				Apoyo en trámites ante diferentes organismos gubernamentales			Instituto de Modernización Comercial			
SINERGIA DE EMPRENDEDORES DE UNIÓN MÉXICO (SEDEUM)					Fomento y apoyo a Emprendedores en las Instituciones Educativas					
CONFEDERACIÓN PATRONAL DE LA REPÚBLICA MEXICANA (COPARMEX)					Promoción y Desarrollo Empresarial	Talleres para la Promoción de la micro, pequeña y mediana empresa				

SECTOR PÚBLICO

SECTOR PRIVADO

TABLA 5. PROGRAMAS Y APOYOS

INSTITUCIONES DEL SECTOR PRIVADO

INSTITUCIÓN	SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SIGLAS	S.E.
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- PRIMER CONTACTO: Proporciona información, orientación y asesoría especializada sobre trámites requeridos para iniciar un negocio. Los instrumentos para mejorar la competitividad de las empresas y ofertas y demandas de productos y servicios, programas de promoción, asesoría en comercio exterior, trámites para la apertura y operación de negocios, oportunidad de negocios, asesoría para la construcción de sociedad mercantil, información sobre negociaciones comerciales internacionales, asesoría sobre comercio interior y abasto. 2.- CENTRO REGIONAL PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (CRECE): Ofrece atención directa y especializada para la solución de problemas específicos detectados en la operación cotidiana, también prestan servicio de consultoría integral, capacitación empresarial, estudios de mercado, sectoriales y análisis financiero, canalizan a servicios de consultoría especializada y financiamiento institucional. 3.- GUÍAS EMPRESARIALES: Ayudan a planear, organizar, operar y controlar empresas de más de 100 diferentes giros. 4.- PROMODE: Cuenta con cursos y materiales gratuitos para ayudar a mejorar ciertas áreas de los pequeños negocios, también brinda asesoría a empresas que van a iniciar operaciones. La duración de los cursos es máximo de 1 semana, los temas son: *Formación Básica, * Capacitación Genérica, * Guías de Remodelación.
DIRECCIÓN	Insurgentes Sur #1940 Col. Florida
TELÉFONO	52 29 61 00 y 01 800 410 2000
EMAIL	contacto@economia.gob.mx
PÁGINA WEB	www.secofi.gob.mx

TABLA 6. S.E.

INSTITUCIÓN	NACIONAL FINANCIERA
SIGLAS	NAFIN
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.-APOYOS FINANCIEROS: Créditos de tasa fija y variable a empresas del sector industrial, comercial y de servicio: micro, pequeña y medianas y grandes empresas, así como personas físicas con actividad empresarial. 2.-DESARROLLO DE PROVEEDORES: Esta dirigido a micro, pequeña y mediana empresas proveedoras de grandes empresas que requieran financiamiento para la adquisición de materias primas, insumos y pago de mano de obra directa, así como activos fijos. 3.-PROGRAMAS DE GARANTÍAS: Completamente el monto de garantías que requieren los bancos para financiar nuevos proyectos y facilita a micro, pequeña y medianas empresas, el acceso al financiamiento a largo plazo por parte de la banca comercial. 4.-EJECUTIVO PYME: Acerca sus diversos programas por medio de ejecutivos que colaboran con la empresa para optimizar recursos. 5.-DESARROLLO EMPRESARIAL: Capacitación: Temas de administración para la micro industria, curso de acceso al crédito, Asistencia Técnica: Diagnósticos empresariales, Vinculación Universidad-Empresa, Asistencia técnica directa.
DIRECCIÓN	Insurgentes Sur #1971 Col. Guadalupe Inn, CP 01020 México D.F.
TELÉFONO	01 800 Nafinsa (623 4672)
EMAIL	info@nafin.gob.mx
PÁGINA WEB	www.nafin.com

TABLA 7. NAFIN

INSTITUCIÓN	SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONOMICO DEL GOBIERNO DEL D.F.
SIGLAS	SEDECO
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- INCENTIVOS FISCALES: Promueve el crecimiento de la actividad económica a través de un portafolio de estímulos fiscales. 2.-GUÍAS DE TRÁMITES: Orientación acerca de los trámites que se deben realizar ante el gobierno del D.F. para la apertura de un negocio. 3.- CRÉDITOS: * Microcréditos: Fomento a proyectos de negocio y de autoempleo, otorgando microcréditos a grupos de 5 a 15 personas, que funcionan como aval solidario, no se requiere garantías. * Financiamiento a la Micro, Pequeña Empresa: Otorga un monto mayor que los microcréditos, en caso de nuevos negocios el solicitante deberá aportar de un 30 a un 50% de la inversión a realizar, el crédito debe destinarse a compra de mercancías, materias primas, maquinaria y equipo o adaptación de instalaciones, se requieren garantías sobre bienes muebles e inmuebles o maquinaria.
DIRECCIÓN	Av. Cuauhtémoc #898 Piso 2, Col Narvarte
TELÉFONO	56 87 52 83, 55 23 42 84 y 55 23 64 00
EMAIL	die@sedecodf.gob.mx
PÁGINA WEB	www.sedeco.df.gob.mx

TABLA 8. SEDECO

INSTITUCIÓN	SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL
SIGLAS	STPS
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.-PROGRAMA DE CALIDAD INTEGRAL Y MODERNIZACIÓN (CIMO): Proporciona orientación, asistencia técnica, apoyo financiero complementario para programas de capacitación y mejora integral para micro, pequeña y mediana empresa así como enlace con otras instituciones y programas de apoyo.
DIRECCIÓN	Donato Guerra #17 Piso 1 Col. Centro
TELÉFONO	55 92 74 80, 55 35 58 87 y 56 45 87 02
EMAIL	correo@stps.gob.mx
PÁGINA WEB	www.stps.gob.mx

TABLA 9. STPS

INSTITUCIÓN	SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL
SIGLAS	SEDESOL
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- FONDO NACIONAL DE APOYO A EMPRESAS SOCIALES (FONAES): Otorga aportaciones solidarias a grupos sociales para la elaboración de estudios, capacitación, asistencia técnica, ferias y exposiciones mediante la contratación de servicios, también para crear, ampliar, reactivar o consolidar un proyecto productivo o empresa social, a través de la modalidad de asociación de participación.
DIRECCIÓN	Parque Lira #65 Col. San Miguel Chapultepec C.P. 11058
TELÉFONO	52 72 72 86
EMAIL	infonaes@fonaes.gob.mx
PÁGINA WEB	www.fonaes.gob.mx

TABLA 10. SEDESOL

INSTITUCIÓN	BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR
SIGLAS	BANCOMEX
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- CRÉDITOS PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN: Son créditos para financiar proyectos de nueva creación directa o indirectamente con la exportación, o la ampliación o modernización de empresas ya establecidas. Para proyectos de nueva creación se financia hasta el 50% del monto total de la inversión y para proyectos completos, ampliaciones o modernizaciones de empresas en marcha se financia hasta el 85% del valor del proyecto.
DIRECCIÓN	Periférico Sur #4333 Col. Jardines en la Montaña
TELÉFONO	54 49 90 08 y 01 800 903 6000
EMAIL	ingo@bancomext.com
PÁGINA WEB	www.bancomext.com

TABLA 11. BANCOMEX

INSTITUCIÓN	SECRETARÍA DE CONTRALORÍA Y DESARROLLO ADMINISTRATIVO
SIGLAS	SECODAM
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	Administra una página electrónica que permite a los empresarios tener acceso a la información de 10 dependencias y entidades de administración pública federal sobre más de 2500 trámites y servicios alrededor de 400 disposiciones jurídicas, la ubicación de más de 2500 servidores públicos y un sistema de quejas y denuncias de cada institución.
DIRECCIÓN	Insurgentes Sur #1735 Col. Guadalupe Inn
TELÉFONO	52 62 73 85, 56 63 36 36 y 56 63 48 48
EMAIL	tramitanet@funcionpublica.gob.mx
PÁGINA WEB	www.tramitanet.gob.mx

TABLA 12. SECODAM

INSTITUCIÓN	CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN
SIGLAS	CANACINTRA
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- CAPACITACIÓN Y CURSOS: Contiene todo lo referente al desarrollo de un negocio. 2.- VENTANILLA ÚNICA: Para realizar todos los trámites obligatorios en los diferentes organismos gubernamentales.
DIRECCIÓN	Av. San Antonio #256 Col. Nápoles
TELÉFONO	53 63 34 00 y 55 98 80 44
EMAIL	info@canacintra-digital.com.mx
PÁGINA WEB	www.canacintra.org.mx

TABLA 13. CANACINTRA

INSTITUCIÓN	CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MEXICO
SIGLAS	CANACO
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	1.- ASESORAMIENTO: Acerca de las etapas que debe cubrir un negocio, para lograr su modernización. 2.- ASESORAMIENTO: Para iniciar un negocio. 3.- TRÁMITES: Beneficios ofrecidos a los afiliados para realizar los trámites que se requieren en las delegaciones del D.F. y en algunas dependencias gubernamentales. 4.- INSTITUTO DE DESARROLLO COMERCIAL (IMCO): Proporciona apoyos para impulsar la modernidad de las empresas y el desarrollo de sus trabajadores, realiza cursos especiales para sus agremiados y cursos abiertos a todo público.
DIRECCIÓN	Paseo de la Reforma #42 Col. Centro
TELÉFONO	52 92 26 65 y 55 92 26 77
EMAIL	
PÁGINA WEB	www.ccmexico.com.mx

TABLA 14. CANACO

INSTITUCIÓN	SINERGIA DE EMPRENDEDORES DE UNIÓN POR MÉXICO
SIGLAS	SEDEUM
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	SEDEUM es una organización que surge de la necesidad de compartir programas y proyectos sobre el fomento y desarrollo del espíritu emprendedor entre los miembros de las diversas instituciones educativas, personas y grupos organizados de México que han generado actividades y experiencias emprendedoras, encaminadas a la formación integral de sus comunidades.
DIRECCIÓN	
TELÉFONO	56 81 89 92 y 56 81 00 74
EMAIL	mgarzam@hamm.com.mx
PÁGINA WEB	

TABLA 15. SEDEUM

INSTITUCIÓN	CONFEDERACION PATRONAL DE LA REPÚBLICA MEXICANA
SIGLAS	COPARMEX
DESCRIPCIÓN DE APOYOS	Organización de empresarios que ofrece a sus socios diversos servicios, entre los que destacan: • La promoción y desarrollo empresarial • La comisión de empresarios jóvenes
DIRECCIÓN	Insurgentes Sur #950 Piso 1 y 2
TELÉFONO	56 81 89 92 y 56 81 00 74
EMAIL	ronnyproductos@infosel.net.mx
PÁGINA WEB	www.coparmex.org.mx

TABLA 16. COPARMEX

CAPITULO VI

“PROPUESTA DE MOTIVACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN”

6.1 Ser emprendedor ¿por qué?

La sociedad exige hoy una productividad constante. Estamos envueltos en la economía globalizada, en la libre empresa, en la libre competencia, en el crecimiento y desarrollo productivo constante.

Para las empresas existe una exigencia permanente de “ser competentes”. La sobrevivencia depende de su capacidad de lograr ser eficaces y efectivas, de poder reducir sus tiempos de respuesta, de hacer todo esto con calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes y superando cada día sus expectativas con innovación y creatividad.

La exigencia de la sociedad competitiva hacia las empresas, se transfiere hacia los individuos, quien no sea competitivo quedará al margen del desarrollo rápidamente, por lo que cada individuo debe desarrollar una Mentalidad Emprendedora, de lo contrario su participación en el mercado laboral quedará al margen de la posibilidad de competir y ganar un lugar en este vertiginoso mundo, lleno de cambios y en constante desarrollo.

6.2 Cualidades del Ser Emprendedor

El Modelo de las 24 Cualidades del Ser Emprendedor describe las cualidades de una persona que tiene seguridad en sí misma, que se ha enfocado a lograr resultados positivos para su persona, para su familia y para sus clientes (empresa donde labora, jefes, colaboradores, compañeros de trabajo, clientes internos, clientes externos, etc.) que esta comprometido con su desarrollo y que busca trascender dejando aportaciones positivas a sus semejantes.

Este modelo es ideal para medir la capacidad emprendedora de una persona, pero también auto-evaluar Áreas de Oportunidad de Mejora que nos permitan desarrollar las habilidades y cualidades de los alumnos hablando del ITSA o de cualquier persona en términos generales.

Un Ser emprendedor se identifica como aquel “individuo que está fuertemente enfocado a enriquecer a los seres humanos que lo rodean, a través de bienes, conocimientos, experiencia, servicio, apoyo, asesoría y cualquier otro medio positivo y obtiene como resultado de su trabajo un beneficio para sí mismo, su familia y el resto de la gente que lo rodea”.

Algo que se debe tener en cuenta:

- No todos los Líderes son Seres Emprendedores, pero sí todos los Seres Emprendedores son Líderes
- No todas las personas Inteligentes son Seres Emprendedores, pero sí todos lo Seres Emprendedores son Inteligentes.

Un Ser Emprendedor es una persona que en primera instancia se enriquece a sí mismo, para poder enriquecer después a otros, en lo intelectual, humano y

económico. Aquel que busca información, que aprende y la aplica, para luego brindar su experiencia a otros. Aquel que produce ingresos, para crear oportunidades de empleo y desarrollo económico, para sí mismo y para otras personas. Aquel que crea una herencia para sus hijos y forma en ellos valores adecuados para que ellos a su vez llegado el momento cultiven y hagan crecer ese patrimonio. Aquel que logra que cada hora de su trabajo sea muy productiva y ahorra parte del producto de su trabajo, creando un patrimonio. Aquel que planea su vejez y crea bienes para su retiro, sintiéndose tranquilo y seguro de que contará con los recursos que necesita para pasar esos momentos de satisfacción por los logros obtenidos.

No es productivo aquel que espera la muerte, queriendo que el tiempo pase más rápido. Aquel que va a trabajar “buscando las dos” (hora de salida), refunfuñando al ir a trabajar, refunfuñando por tener que enfrentar una jornada de trabajo. No es productivo aquel que gana mucho y gasta mucho más de lo que gana y al final queda en la quiebra. No es productivo aquel que pasa el tiempo de “convivencia familiar” viendo televisión, sin poner atención a su familia, sin formar valores ni educar, ni cultivar relaciones sanas, fuertes y duraderas.

6.2.1 Modelo de las 8 áreas de desarrollo de un ser humano

- 1) **En lo MATERIAL** una persona es emprendedora si logra obtener de cada hora de su trabajo diario el mayor provecho económico posible que sus conocimientos y experiencia le permitan, creando con este producto un patrimonio personal y familiar en bienes y recursos, para elevar su nivel de vida y lograr una tranquilidad económica.
- 2) **En lo LABORAL** una persona es emprendedora si busca su superación permanente a través de adquirir mayores conocimientos y experiencias en cursos de capacitación y desarrollo, educación continua, ascensos que le exijan mayores retos y desarrollar nuevas habilidades, buscar un perfeccionamiento en la labor realizada.
- 3) **En el CUIDADO PERSONAL** una persona es emprendedora si busca su salud, su aseo y dar la mejor imagen posible.
- 4) **En la SALUD** hace ejercicio mínimo cuatro veces por semana, una hora; va al medico una vez cada seis meses para un chequeo de rutina; va al dentista, dos veces por año, etc. Y transmite esos hábitos a sus hijos. Cuida su aseo personal; en imagen y apariencia se cuida, en otras palabras se quiere a sí mismo y por lo tanto cuida de su cuerpo y salud.
- 5) **En la FAMILIA** una persona es emprendedora si crea valores en su familia, se educan, les trasmite su experiencia, los apoya para que se desarrollen, los orienta y está pendiente de sus hábitos y costumbres.

- 6) **En la PAREJA** si con su pareja mantiene una relación cordial, amistosa y amorosa,; si cultiva el noviazgo permanente y entiende que su “pareja” es aquel ser con quien decidió compartir su vida y que por ende debe cultivar ese sentimiento de amor permanentemente, para que no se apague y además se consolide.
- 7) **En la COMUNIDAD** una persona es emprendedora si colabora con el equilibrio social, respetando y haciendo respetar las normas; aportando en la medida de su tiempo y de sus posibilidades actividades en beneficio de su comunidad, su manzana, colonia, club, etc.
- 8) **En lo ESPIRITUAL** se es emprendedor si se busca tranquilidad y paz interna y la transmite a los demás. Si busca ser optimista y entusiasta, evita la depresión elaborando sus duelos y buscando soluciones (no preocupándose, sino ocupándose). Si busca ser amigable y gentil con los suyos y con el resto de las personas. Si esta en paz consigo mismo.

6.2.2. Modelo de las 24 Cualidades del Ser Emprendedor

1) **ACTITUD DE SERVICIO** consiste en tener una conciencia clara de que nuestra labor debe estar enfocada al servicio hacia los demás.

Se sirve a:

- **Nuestros Clientes** cuando se entrega nuestros productos y servicios y de su satisfacción constante y permanente depende nuestro éxito laboral y empresarial.
- **Nuestros compañeros de trabajo** cuando les apoyamos en el logro de sus metas y recibimos a cambio soporte y colaboración en el logro de las propias.
- **Nuestros colaboradores** cuando se dan instrucciones claras y precisas, límites claros de responsabilidad se transmite nuestra experiencia alejándolos del absurdo dicho de que “a mi nadie me enseñó, yo porqué les tengo que enseñar... que les cueste trabajo”. Nos preocupamos por ellos como personas y no solamente como empleados que tienen que cumplir una labor y tener rendimiento.
- **Nuestros Padres** cuando se muestra agradecimiento y gratitud por lo que nos dieron, sea mucho o poco; sea positivo o negativo. Simplemente fue de lo que fueron capaces de darnos, tan solo el hecho de darnos la vida, fueron nuestro ejemplo para bien o para mal y de ellos se aprendió.
- **Nuestra Pareja** cuando se muestra interés por la otra persona y se preocupa en cultivar la relación, por su bienestar y su satisfacción durante el tiempo que se convive.
- **Nuestros Hijos** cuando se les inculca valores éticos, apegados a los principios universales, que les serán útiles en su desempeño en el futuro como adultos, también como emprendedores. Cuando se es congruente con lo que se dice y se hace, permitiéndoles que

aprendan de nosotros cosas positivas, más de los hechos, que de los dichos.

- **Nuestros Amigos** Cuando se da la posibilidad de contar con un amigo fiel y sincero, que no tenga limitantes para ayudar, escuchar, sugerir, solucionar o simplemente estar y convivir.



FIG. 19 ACTITUD DE SERVICIO



En todos y cada uno creamos una imagen de productividad, valores éticos, honestidad, rectitud, servicio, capacidad de respuesta, competencia, etc. De nuestra actitud de servicio honesta y sincera, depende la imagen que puedan tener de nosotros. Ellos pueden ser nuestro apoyo o nuestro lastre. Si les damos servicio recibiremos recíprocamente servicio, si se les da egoísmo, envidia o cualquier otra cosa negativa, recibiremos egoísmo, envidia y negatividad.

2) AUTO-COMPROMETIDO existen personas con ilusiones y deseos de lograr sus metas y sueños, pero desgraciadamente muchos de ellos se quedan solo soñando o esperando que alguien les ayude o que los motive e incluso los impulse para poder lograrlos; no se sienten con suficiente confianza en ellos mismos y en lo que son capaces de lograr sin que exista una persona con autoridad que les exija o los guíe, lo cual es una falta de credibilidad en lo que la persona vale o puede conseguir por sus propios medios.

“Cuando nos auto-devaluamos, no nos creemos lo suficientemente importantes para respondernos como personas en nuestros actos y obligaciones”.²⁶ Por lo que el compromiso no es con otros seres, sino con nosotros mismos, es decir en primera instancia se debe estar comprometido con nuestro yo y en segundo termino con nuestra familia y los seres que nos rodean.

Si se esta auto-comprometido, se generará un vínculo con el trabajo, su labor, con las responsabilidades y no se necesitará depender de alguien. Observando por lo tanto una conducta con mayor dedicación y constancia, enfocando todos sus esfuerzos al logro de las metas planteadas y añoradas. Sentirá el trabajo como un área de oportunidad para el desarrollo, sin importar que tan grande o pequeñas sea la empresa o en un negocio propio. De todas las actividades o experiencias buscará sacar el mayor aprendizaje posible así como su aprovechamiento y posteriormente su mejoramiento de forma constante.

²⁶ Ser emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag.39

3) AUTO-CRITICO en mayor o menor medida existen personas que saben y conocen sus Áreas de Oportunidad de Mejora, pero lejos de enfocarse en su desarrollo de habilidades que les ayuden a destacarlas, se acostumbran a vivir bajo un esquema de dependencia o simplemente no las creen importantes.

Una deficiencia, limitante o carencia pueden ser superadas con conocimientos, habilidades o actitudes que se pueden desarrollar si el individuo lo quiere hacer de forma voluntaria y por el hecho de ser realizables, cabe destacar que para poder llevarlo acabo se debe de cambiar la actitud lo cual nos llevara a modificar los valores de las personas.

Un Ser Emprendedor es auto-crítico cuando está buscando permanentemente compensar y corregir sus defectos o debilidades referidas en cualquier aspecto, como ejemplos, si no habla cierto idioma que necesita, pues lo estudia y aprende; si no sabe utilizar la computadora tomara clases o cursos de computación; si no sabe desarrollar un plan de marketing, toma un curso o busca la información necesaria en libro u otro medio, etc. No espera a que los demás lo critiquen y señalen sus áreas de oportunidad, no dando por sentado el famoso dicho “Si a los demás no les gusta como soy, pues ni modo”.

Busca su superación de forma constante en aspectos que lo puedan limitar en su desarrollo productivo, por ser carente de conocimientos, habilidades y experiencias que según él le son indispensables para mejorar cada día y así lograr su éxito. Y algo sin lugar a duda, por demás importante, no deja la responsabilidad de la superación de sus limitantes a la empresa o institución donde trabaja, sino que asume el compromiso consigo mismo para salir adelante.

“El éxito es propio, no ajeno. El beneficio es personal. La satisfacción será de él mismo y de nadie más. Sin olvidar que este éxito, lo debe lograr en el marco de valores positivos. Su escala de valores debe estar claramente definida y la búsqueda del éxito no debe pasar por encima de los principios universales positivos.”²⁷

4) AUTO-DIDACTA la situación de la adquisición de conocimientos es un punto de profunda e infinita importancia, ya que en nuestro país México, el aspecto del conocimiento tiene un rezago importante, debido a que existen núcleos de poblaciones que tienen poco o nulo acceso a la educación pública, por lo que difícilmente tendrían acceso a la privada, por diferentes circunstancias sociales mismas que atraviesa el país, ya sean económicas, de ubicación o simplemente culturales.

Existen ciertos paradigmas que nos llevan a ser auto-didactas, puesto que hay quienes expresan que las instituciones pública tienen deficiencias académicas y las privadas estarán muy alineadas a las necesidades del mercado laboral y de conocimientos insuperables, pero demasiado caras, en otro de los paradigmas escuchamos que los conocimientos adquiridos no tienen relación directa con la vida profesional o no tienen nada que ver con la realidad e inclusive otros tantos ya son obsoletos, por lo que existe una gran disparidad en Universidad-realidad, por lo que se dice que la vida universitaria es un mundo a parte. Otro de los paradigmas y muy socializado entre los jóvenes universitarios es el de, que no se adquirió conocimiento suficiente o no se aprendió por que el maestro faltó y no dio

²⁷ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 42

la clase, o que el maestro no preparo la clase o solamente les dicto y no explico, que el maestro no sabe y se dedico a inventar de forma deliberada, o cuando se trabajo en equipo que los compañeros no sabían o no trabajaron lo suficiente, etc.

Si aceptamos los paradigmas y buscamos culpables de nuestra falta de conocimiento los encontraremos sin lugar a duda, pero en el último de los casos el que se quedo sin conocimiento es el individuo o alumno y no el culpable, el sabio o el ignorante es uno mismo y no los demás.

Por lo anterior debemos hacer conciencia que el único y solo responsable del aprendizaje es uno mismo así como el único beneficiado con el conocimiento que se adquiere, ya que sin el no se puede sobrevivir en este mundo lleno de necesidades y sobre todo globalizado. “Somos Capital Humano, para las empresas y para nosotros mismos. Entre mejor preparados, mejor desempeño, mayor ingreso y mayor crecimiento”.²⁸

²⁸ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 44

Se debe recordar que el Desempeño Humano es tripartita, y que el Ser autodidacta permite desarrollar los aspectos que están implicados en este:

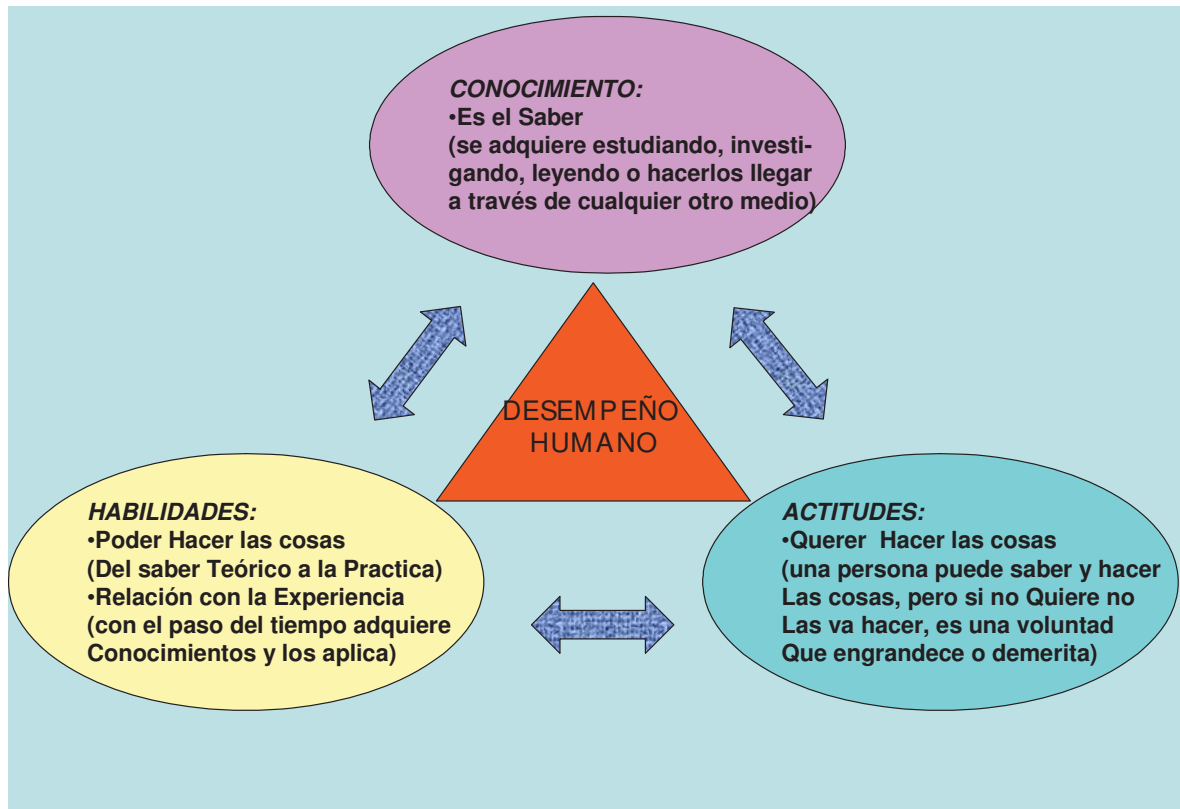


FIG. 20 DESEMPEÑO HUMANO

“Un Ser Emprendedor es autodidacta. Tiene la capacidad de buscar y aprovechar el conocimiento. No se limita al área académica. Lo busca donde lo pueda encontrar y es ahí donde lo aprovecha y sobre todo, le da una aplicación práctica inmediatamente. No es un *Coleccionista de Información*, busca conocimientos que le permitan avanzar rápidamente hacia sus metas y los aplica, convirtiéndolos en experiencia”.²⁹

²⁹ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 47

5) AUTO-DISCIPLINADO los seres humanos actúan generalmente por normas que imponen tal o cual proceder en una acción determinada, como por ejemplo llegar puntual en la hora de entrada del trabajo porque sino se descuenta de nuestro sueldo dicho retardo; lo anterior sucede no porque se quiera ser responsable y disciplinado en el trabajo, sino porque tiene una consecuencia negativa en muchos casos.

Un Ser Emprendedor conoce la existencia de las normas o reglas y las convierte en aliadas para así lograr sus metas u objetivos que se ha auto-impuesto. Cumple por convicción sus obligaciones y compromisos y no por conveniencia; por lo que reconoce que es la mejor manera de crear una imagen de un ser profesional en su trabajo y una persona confiable que indiscutiblemente será competente.

El ser humano que reconoce en la disciplina, un arma poderosa que debe tomar y blandir, sabe que es el camino al éxito.

6) APROVECHA, BUSCA Y CREA OPORTUNIDADES esta es una de las cualidades más importantes que se deben considerar si se quiere ser Emprendedor, en la vida cotidiana existe un sin fin de oportunidades de desarrollo, pero sucede que:

- *No las vemos*, porque no se esta capacitado para descubrirlas y pasan por lo tanto desapercibidas.
- *O sucede que las vemos* y nuestras inseguridades las superan impidiendo lograr un avance positivo.

Cuando las personas se sienten que no pueden con las oportunidades es por los paradigmas o dichos que se crean en el interior del ser humano como “no voy a poder”, “y si me va mal” , “y si la deuda es grande y no puedo pagar”, “y si no

tengo suerte”, en fin tantos temores que pueden impedir que se tome una oportunidad; cuando se pretende ser Emprendedor solo hay que recordar “No hay mejor fuente de aprendizaje que los errores tenidos por los riesgos tomados. Entre más tarde se empiece a tomar riesgos y a tener errores, más se tardara en aprender a enfrentarlos con éxito”³⁰ y “El que no arriesga no gana”.

Todas las personas son merecedoras de oportunidades, tanto para el que tiene un nivel académico envidiable como para el que no, la diferencia solo está en unos años de estudio pero todos tienen la capacidad y los deseos de una calidad de vida mejor en todos los aspectos, existen personas con un bajo nivel de conocimientos académicos y son grandes empresarios por lo contrario de profesionistas que no se encuentran satisfechos con su crecimiento y viceversa; si se desea señalar y buscar la diferencia sería que los de éxito reconocieron las oportunidades y se decidieron a tomarlas, enfrentando los posibles riesgos y los segundos hicieron caso a sus temores, no se enfrentaron a ellos y se conformaron.

7) APROVECHAMIENTO PRODUCTIVO DEL TIEMPO comúnmente se entiende el tiempo como el momento o el lapso de vida que tiene un individuo desde su nacimiento hasta su muerte, dividido en años, meses, semanas, días y horas.

Un ser emprendedor reconoce al tiempo como una herramienta de la cual depende su éxito o fracaso en la vida. El hecho es que no basta con dedicar tiempo, sino que tiempo sea lo suficientemente aprovechado, es decir, con calidad de tiempo, mismo que se reflejara en la productividad en cualquier área que se desee; la capacidad productiva tiene más que ver con las barreras internas del ser humano que con el mismo tiempo o nivel académico.

³⁰ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 47

Si el tiempo se aprovecha con inteligencia, sagacidad, astucia y más, entonces se esta en la posibilidad de lograr las metas planteadas; solo hay que recordar que en la vida (tiempo de un individuo) puede que el trabajo tenga altas y bajas, éxitos y fracasos; pero mientras se siga adelante, con una visión y misión claras, se llegara hasta donde nunca se había imaginado, usando de la mejor manera posible el tiempo.

8) BUSCA RETOS los retos son metas altas que el Ser Emprendedor se va poniendo a lo largo de su vida. Tiene una gran meta o visión que descompone en pequeñas metas parciales y que conforme va logrando, va avanzando progresivamente.

Un Ser Emprendedor ama y busca los retos, lo hace porque se siente capaz y confía en si mismo.

9) BUSCA SOLUCIONES un ser emprendedor nunca se acostumbra a vivir con problemas y mucho menos con problemas crónicos permanentemente y siempre esta en la búsqueda de las soluciones, a diferencia de quienes siguen con el precepto de que la tradición se vuelve costumbre y la costumbre se vuelve ley, aun que esto les implique trabajar con problemas, es decir, cuando un sistema de trabajo o de actividad se establece, es eficiente para alguna época y luego se convierte en un fenómeno que limita la posibilidad de crecer y desarrollarse más fácilmente dentro de la organización y nadie hace nada puesto que se volvió ley.

Los emprendedores buscan y proponen las soluciones, no temen a que alguien los critique, hablan con quien sea necesario para expresar sus ideas, les gusta enfrentar retos y uno de ellos consiste en solucionar los problemas pequeños o

grandes, superarlos les genera un gozo; a diferencia de quienes no buscan soluciones porque “alguien lo hará”, “pueden enojarse si lo hago”, “no me lo agradecerán”, “cuanto me pagaran”, “ellos se lo buscaron”, “no es mi problema”, etc. y así encontraran más excusas para no actuar.

10) COMPETITIVO Y AMBICIOSO el termino competitivo se debe entender el contexto del desarrollo individual, la principal competencia debe ser primero con la propia incompetencia: “la ignorancia”, misma que limita el desarrollo; existen individuos que dejaron de aprender hace mucho tiempo, y que aprendieron a ganarse la vida con dicho conocimiento y lo repiten durante años, sin preguntarse si necesitan estudiar o aprender más; pero lo que si se cuestionan es ¿porqué no puedo superarme?, ¿por qué no tengo oportunidades de desarrollarme?; lo interesante esta en las respuestas a estas y otras preguntas de misma índole.

11) CONOCIMIENTO DE SU MERCADO, el Ser Emprendedor conoce su mercado, es decir, su mercado es el de todas aquellas personas que hacen lo mismo que él, de cualquier edad, genero y actividad.

El conocer su mercado implica:

- Comprender plenamente que el único responsable de mantenerse actualizado, es uno mismo.
- Conocer que el mercado esta en cualquier nivel de trabajo y profesión.
- Debe autoevaluarse de forma objetiva y sincera; identificar fortalezas y debilidades; y procurar aprovecharlas y mejorarlas, respectivamente.
- Debe reconocer que el responsable de lograr que sus cualidades sean siempre competitivas en su mercado, es él; ni la empresa, ni nadie son responsables.

- Identificar las propias actitudes hacia la vida y hacia el trabajo. Si “siempre da más de lo que se espera de usted”, es reconocido como una persona que aporta beneficio a sus clientes, colegas, superiores, jefes, etc.

APRENDE más, porque hace más y gana más EXPERIENCIA. Ese es un beneficio personal, que sólo el que hace más, recibe. El beneficio no sólo es para otros, sino principalmente para él mismo.

12) DETERMINACIÓN, DEDICACIÓN Y PERSEVERANCIA en varias ocasiones los individuos se ponen metas, pero pocas veces son concretadas; la causa principal de la falta de constancia hacia el logro de metas, es la ausencia de un auto-compromiso.

La Determinación, Dedicación y Perseverancia tienen que ver directamente con el auto-compromiso. Definir metas realistas y establecer un compromiso por lograrlas es el primer paso. Hacer un plan para realizarlas con actividades y tiempos, es fundamental como segundo paso. Establecer un compromiso consigo mismo para cumplirlas, es básico y decisivo como tercer paso. Por último, hay que tomar el plan con dedicación y perseverancia hasta concluirlo y verle el fin. Si realmente se tiene deseo de lograr la meta, se requiere desarrollar la fortaleza para dedicarse y perseverar hasta lograrla y obtener lo propuesto.

13) ENERGÍA, RESISTENCIA FÍSICA Y EMOCIONAL un elemento fundamental en un Ser Emprendedor es su cuerpo y las condiciones en que lo mantenga para poder responder a las necesidades de cada uno de sus actos.

Evidentemente llevar una alimentación sana, realizar ejercicio y descansar o dormir las 8 horas; si así lo hiciera tendrá una mayor capacidad para rendir en toda actividad que realice o emprenda.

14) IDENTIFICA PARADIGMAS un paradigma es un “Modelo Social de Comportamiento”, descomponiendo la definición sería “Modelo”, un conjunto de elementos que una persona o grupo de personas toma como ejemplo a seguir, “Social” porque se incrusta dentro de la estructura social de una comunidad y forma parte de su cultura y de sus formas de relación; “De Comportamiento” porque un paradigma que existe en la mente de un individuo y que asimiló al vivir en una comunidad determinada, lo llevan a tener actitudes y conductas determinadas por esos modelos que lleva consigo, en forma inconsciente.

Existen paradigmas individuales, familiares, comunitarios, institucionales, estatales o nacionales, todos influyen en el individuo y forman una buena parte de su personalidad; unos son necesarios para su convivencia (el usar ropa), otros son benéficos para el individuo (encomendarse a Dios antes de salir de casa) y otros son verdaderas barreras que limitan su desarrollo personal (la dependencia de otras personas para que les solucionen sus problemas o les digan qué hacer para salir del subdesarrollo).

Un Ser Emprendedor requiere la habilidad para identificar sus propios paradigmas, los de su comunidad y los de las instituciones a las que va perteneciendo, para valorarlos y aprovecharlos o modificarlos en beneficio del desarrollo de su persona, su empresa y su comunidad.

15) INDEPENDIENTE una de las principales limitantes para el desarrollo del ser humano es la dependencia, como seres humanos, cuando se nace se es dependiente por naturaleza, para alimentarse, protegerse; pero posteriormente de forma paulatina y progresivamente se va dejando esta situación natural de dependencia, para volverse cada día más independiente: se aprende a caminar, comer, controlar nuestros esfínteres, a vestirse, ir a la escuela, etc.

Sin embargo, existen individuos que se van quedando anclados en diferentes etapas de su desarrollo, no rompen completamente con los lazos de dependencia paterna y/o materna y los desplazan a otras figuras de autoridad.

Existen diferentes grados de dependencia en mayor o menor grado, cuando se es negativa, aun así se puede decir que la dependencia es un lastre que limita fuertemente el desarrollo, el esperar que otros tomen decisiones por uno, es negativo para el desarrollo, por lo que se dice que si el individuo esta tomando una posición pasiva en las actividades que realiza, por lo que actúa en consecuencia, a una instrucción o una orden, pero no toma la iniciativa de dirigir su conducta hacia una dirección determinada por sí mismo.

Un Ser emprendedor es una persona altamente independiente. Tiene la capacidad y fortaleza para auto –controlar su trabajo y saber direccionarlo. No requiere de controles externos para verificar que esté cumpliendo con sus compromisos, dentro o fuera de una empresa.

16) INICIATIVA es la capacidad de iniciar una acción para llevar a cabo un proyecto, solucionar un problema o conducir la acción personal o de un grupo.

Dentro del marco de la dependencia, muchas personas prefieren dejar que otras personas tomen la iniciativa de dirigir la acción. Si alguien más no las dirige y les dice qué hacer, no se mueven o tienen temor a que sus actos no sean los correctos o adecuados.

Hay personas que con naturalidad toman la iniciativa y cuando enfrentan un problema o tienen un proyecto se auto-dirigen hacia el objetivo buscado, sorteando problemas y obstáculos que se le vayan presentando en el camino. Si se equivocan, saben que es parte del proceso de desarrollo, y aprenden de sus errores.

Un Ser Emprendedor normalmente tiene en mente proyectos que va concretando y para los cuales tienen que iniciar acciones, sortear obstáculos o solucionan problemas. Tiene la iniciativa como un don.

El principal problema que limita la iniciativa, es el temor al regaño de las figuras de autoridad. Temen tomar la iniciativa porque creen que lo que piensan de antemano está mal. Tienen inseguridad personal que les limita e impide su acción. Para superar esta situación se requiere tomar valor para superar los límites o barreras. Se inicia por problemas que representan cosas pequeñas y cada vez agrega un poco más de dificultad.

17) INNOVADOR Y CREATIVO la creatividad es la cualidad del individuo para salirse de la rutina y la tradición, rompe paradigmas y desarrollar nuevas alternativas de realización de actividades o solución de problemas.

Una persona creativa tiene la capacidad de romper los límites que una persona no creativa, se auto-impone. Muchos de los creativos serán condenados por su medio socio-cultural, por incomprensión de la magnitud y valor de su aportación, sobre todo por el choque paradigmático que provoca el enfrentar el mundo cotidiano con la innovación y la creatividad.

Un Ser Emprendedor requiere desarrollar esta habilidad de ser innovador y creativo, porque en ella encontrará gran parte de su éxito. Muchas ideas creativas le pueden permitir diferenciarse, como tantos otros que en su momento han identificado una necesidad insatisfecha y han logrado crear toda una industria alrededor de sus innovaciones, algunos ejemplos: en el ámbito internacional, los hermanos Dick y Mac McDonald, Thomas Alva Edison, Alexander Graham Bell; en el ámbito nacional a Marithé Alvarado, Carlos Ancira, Rodolfo Neri Vela, Francisco Trillas, José Ortiz Amescua, Sergio Jiménez, entre otros.

18) NEGOCIADOR la capacidad de negociar es una habilidad fundamental para lograr el éxito en los proyectos productivos. La capacidad de negociación la definimos como la habilidad del individuo para definir asertivamente los objetivos que quiere lograr en la relación con otro u otras personas, y que en una relación madura y equilibrada, tenga la capacidad de establecer límites y lograr un balance entre los objetivos y deseos propios, en conjunto con los de la otra persona.

La negociación asertiva implica identificar, lo que uno quiere y desea; el segundo paso es invitar a la otra persona a que defina lo que quiere para luego encontrar coincidencias y diferencias y llegar a acuerdos de ganar-ganar.

El Ser Emprendedor requiere de fuertes habilidades de negociación, ya que en sus proyectos tendrá que lograr sus objetivos, intereses y deseos junto con los de: superiores, colegas, subordinados, clientes, proveedores, etc.

19) POSITIVO Y ENTUSIASTA en el transcurso de la vida los individuos tienden a ver la vida según su historia y su estado de ánimo. Hay quienes lo único que ven

es lo negativo, otros ven las cosas color de rosa y no ven nada negativo; en estos casos no existe un equilibrio.

Cuando el estado de ánimo es el filtro que tiñe la realidad, es un factor determinante para reaccionar en forma agresiva, feliz, triste, deprimida, etc., ante los acontecimientos del medio.

Un Ser Emprendedor debe tener la capacidad de ver lo positivo de cada actividad que hace, de cada problema que enfrenta, de cada reto que tiene que superar, de cada esfuerzo que tiene que hacer para seguir adelante, aplica la templanza para controlar sus emociones y trata de aplicar su sapiencia y su experiencia en la solución de un conflicto y luego “rumiando” la situación, extrae todo lo que le dejó.

El punto de vista positivo y el entusiasmo, marcan la forma de actuar y vivir la vida. El Ser Emprendedor analiza, si algo de lo que hace, no le agrada, lo cambia, lo modifica, lo enriquece, buscando la armonía y el bienestar. Supera y hace a un lado los sentimientos depresivos, de tedio, fastidio, enojo y los reemplaza por puntos de vistas positivos y entusiastas.

20) RESPONSABLE la responsabilidad es una cualidad que describe la capacidad de asumir compromisos, para lograr cumplir con labores o actividades que le corresponden al individuo. Quienes no tienen compromiso no tienen responsabilidad. La responsabilidad tiene que ver con cumplir con puntualidad y calidad el trabajo propio. Comprendiendo que otros esperan nuestra aportación, para poder iniciar su labor.

Un Ser Emprendedor es responsable en todos los ámbitos de su vida. Sabe y conoce de sus capacidades, tanto en calidad como en tiempo dentro de esos límites, se compromete responsablemente. Si en algo da su palabra, los otros (clientes, jefes, familias, etc.) saben que es una persona confiable y que cumplirá sin necesidad de presiones ni recordatorios.

21) SEGURIDAD PERSONAL la seguridad personal es la confianza que tiene el individuo en sus propias cualidades y capacidades.

Hay personas que sienten que están por encima de otras y otras que sienten que están por debajo, es decir unas se auto-estima y otros se auto-devalúan, respectivamente. Lo ideal es que las personas tienda a un equilibrio justo, su seguridad personal lo deberá ubicar con los pies en la tierra, no se sienten por encima o por debajo de los demás; se ubican en su realidad, saben de sus cualidades y del valor de su experiencia, pero al mismo tiempo son conscientes de sus debilidades y limitaciones, conocen que tienen carencias congénitas y que las tienen que compensar de alguna forma porque no son eliminables, sino sólo se pueden contrarrestar con algún otro elemento que equilibre la debilidad.

Un Ser Emprendedor está en el equilibrio adecuado. Sabe de sus fortalezas y debilidades. Se apoya en las primeras para superar y compensar las segundas. Sabe que su éxito depende de él y de la ayuda de los demás, de la imagen que proyecte ante ellos, por lo que trasmite su seguridad personal, más no se siente ni superior, ni inferior a nadie. Es suficientemente humilde para saber que existen otros mejores que él y suficientemente orgulloso para saber que vale como persona y merece reconocimiento y respeto.

22) URBANIDAD se entiende por la capacidad para adaptarse a los usos y costumbres de cualquier cultura y medio social, cuando menos, los conocidos por el individuo. Una persona urbana es la que utiliza las normas de cortesía, amabilidad, buenos modales, forma de ser, etc. que le permitan la aceptación de quienes lo rodean y el reconocimiento de ser una persona educada, respetuosa y agradable.

Un Ser Emprendedor debe tener la capacidad de adaptación porque en su camino tendrá que lidiar con todo tipo de personas, de diferentes estratos socio-culturales y deberán adaptarse a cada uno de ellos, comiendo lo que comen, bebiendo lo que beben, disfrutando lo que escuchan y ven, etc. No se trata de despersonalizarse, sino de desarrollar la adaptabilidad a diferentes situaciones “urbanas”. El Ser Emprendedor reconoce que la aceptación es fundamental para lograr el éxito en la vida.

23) VELOCIDAD Y CAPACIDAD DE RESPUESTA el tiempo de respuesta es un factor clave así como el conocimiento que se tenga para actuar y solucionar alguna situación.

Un Ser Emprendedor se preocupa por tener los elementos suficientes para poder cumplir con velocidad y capacidad de respuesta. Sabe que debe tener a la mano todas las herramientas tecnológicas que requiera para su trabajo, además de los conocimientos suficientes para lograr estar al día y responder a las necesidades de su especialidad, sea una licenciatura o no. En cualquier actividad laboral se requieren conocimientos y es por ello que el Ser Emprendedor sabe que debe estar bien preparado y actualizado.

24) VISIÓN un Ser Emprendedor tiene la capacidad de percibir de su medio ambiente, todos aquellos elementos que le pueden apoyar en su desarrollo, oportunidades, retos, personas, defectos, virtudes, carencias, necesidades insatisfechas, expectativas, etc. son elementos que un Ser Emprendedor debe poder detectar a simple vista, gracias a la experiencia que va ganando. Sabe diferenciar entre ver y observar, entre oír y escuchar; e identifica las expectativas no cumplidas y busca la forma de hacer de ellas, una oportunidad de desarrollo personal.

RESULTADOS

Después de haber realizado un análisis cuidadoso de la problemática del desempleo de profesionistas y del mercado laboral en el estado de Michoacán, ha mostrado una perspectiva no abrumadora, pero de consideración por los egresados de las instituciones educativas de nivel superior.

Para los egresados del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, se vislumbra que el mercado laboral en la región del Valle de Apatzingán, es poco, sin lugar a duda los futuros profesionistas cuentan con los conocimientos académicos necesarios para destacar en sus especialidades, sin embargo, deben de generar una visión empresarial, ya que en la región existen como se ha mencionado pocas fuentes de trabajo a menos que emigren a otras ciudades en busca de oportunidades o de que generen sus propias oportunidades en la región, si su deseo es permanecer en ella, y así con toda seguridad además de forjarse un futuro, estarán contribuyendo al desarrollo de su entorno y entonces habrán cumplido con la misión del instituto, “el formar hombres y mujeres comprometidos, capaces, individuos que sean factor de mejores cambio”.

En consecuencia esta investigación, propone soluciones que pueden ser consideradas por la institución, mismas que tienen como objeto coadyuvar en la formación de profesionistas que reconocen la necesidad de hacerse llegar las herramientas necesarias para su crecimiento, así como su integración al mercado laboral y por ende la obtención de su éxito anhelado.

La primera propuesta versa sobre la preocupación que tiene la institución al formar alumnos emprendedores, considerando la conformación de una empresa incubadora; esta será conformada por los proyectos de los alumnos que han sido

conducidos por el camino de la capacitación de emprendedores. Los recursos necesarios para el apoyo de la generación de las empresas, deberá apoyarse en la actividad de la vinculación del Tecnológico con las empresas, en caso contrario guiar al alumno emprendedor para integrar solicitud de apoyo al Programa de Incubadora de Negocios para Jóvenes (PROJOVEM), que coordina la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (SPYME), según lo dispuesto en los artículos 12, 13, 54, 55 y 66 del Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2006.

La vinculación que realiza la institución con empresas es importante puesto que tiene la característica de que el contacto sea lo más directo posible, pero en ocasiones suele ser difícil por lo que se propone que la institución difunda a sus egresados a través de una página en Internet, que estará ligada directamente a la web del ITSA, dicha difusión consistirá en promocionar la página electrónica con las diversas empresas de la región y con todas aquellas con las que se tiene contacto, con la finalidad de que cuando requieran realizar una contratación de profesionistas con los perfiles que oferta el Tecnológico, puedan encontrar la información necesaria de los egresados, para una posible entrevista y una futura contratación.

Asimismo esta página, proporcionará información a los alumnos y egresados, información que tiene como finalidad ayudarlos cuando deseen realizar algunas actividades necesarias en su desarrollo como profesionales las cuales pueden ser como puede ser el diseño de su currículum, etc.

PROPUESTA DE DIFUSION ELECTRONICA

INSTITUTO TECNOLÓGICO

Superior de Apatzingán

GENERACION DE EGRESADOS 2001-2006



FIG. 21 VINCULOS A EGRESADOS

En la fig. 21 se observa la página donde se muestran las diferentes carreras del ITSA, cada una de ellas tiene un hipervínculo a la lista de los egresados por especialidad, en esta imagen corresponden a la generación 2001-2006, quienes a

la fecha han sido los últimos más próximos egresados, estos hipervínculos llevarán a la página con características mostradas en la Fig. 22.

INSTITUTO TECNOLÓGICO

Superior de Apatzingán



GENERACIÓN 2001-2006
LICENCIATURA EN
INFORMÁTICA

BÁEZ FRANCO VIRIDIANA
BÉNJUME ZARCO MOISÉS
CANO MANZO BENJAMÍN
CHÁVEZ OCHOA ADRIANA
CORONA QUINTANA ROCÍO
DÍAZ PRADO SALVADOR
ESCALERA ALARCÓN SALOMÓN
GOVEA VEGA NORMA PATRICIA
NARANJO CAMACHO CARLOS RODRIGO
NÚÑEZ BASURTO LUIS ALBERTO
PALMA TADEO JORGE DAVID
PARRA SOSA EDMUNDO
RANGEL NAVA FRANCISCO
SERRATO RODRÍGUEZ ANA DELIA
SOLÓRZANO BACA BRENDA LIZET
TORRES EQUIHUA FABIOLA AURORA
URTIZ LÓPEZ GABRIELA DEL ROCÍO



FIG. 22 LISTA DE EGRESADO

En la imagen anterior se muestra la lista de egresados, donde cada uno de los nombres contiene un hipervínculo que envía el control de la página, a donde se encuentran los datos personales del egresado.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99

Se propone la información básica para inducir al futuro egresado la obtención de un empleo seguro, que es el formar su propia empresa, tales datos hacen referencia a los factores: Actitud Empresarial, Creatividad e Innovación, Plan de Negocios, así como datos de algunas de las instituciones que pueden apoyar en su aventura empresarial.

Se describen modelos como “8 áreas de desarrollo del Ser Humano” y “24 Cualidades del Ser Emprendedor”, que permitan al egresado fomentar su motivación y conciencia de que él es un individuo con cualidades y defectos, donde las primeras las debe de fomentar y desarrollar para el logro de sus metas y los segundos los debe de considerar como oportunidades de mejora.

Se propone que la información contenida en los capítulos V y VI, se de a conocer a los futuros egresados cuando se encuentren cursando el último semestre de su preparación, en forma de taller de aproximadamente 30 Hrs., donde puedan realizar practicas concientes y realistas de una posible empresa, así como encontrar la motivación necesaria y el reconocimiento de sus capacidades, a continuación se presenta un tríptico con el modelo de las 24 cualidades de un Ser emprendedor que puede ser utilizado como material de apoyo.

Por ultimo se considero la encuesta aplicada a los docentes del ITSA, de la cual se desprende que estos están en la mejor disposición para apoyar al alumno en cuanto a su formación y concientización, para el mercado laboral en el cual pueden integrarse, así como la solicitud de los profesores de que existe la necesidad de que se les capacite en temas como la formación de emprendedores a través de talleres y de que la institución busque apoyos para motivar a los alumnos que desean elaborar proyectos, mimos que logran fomentar la cultura empresarial.

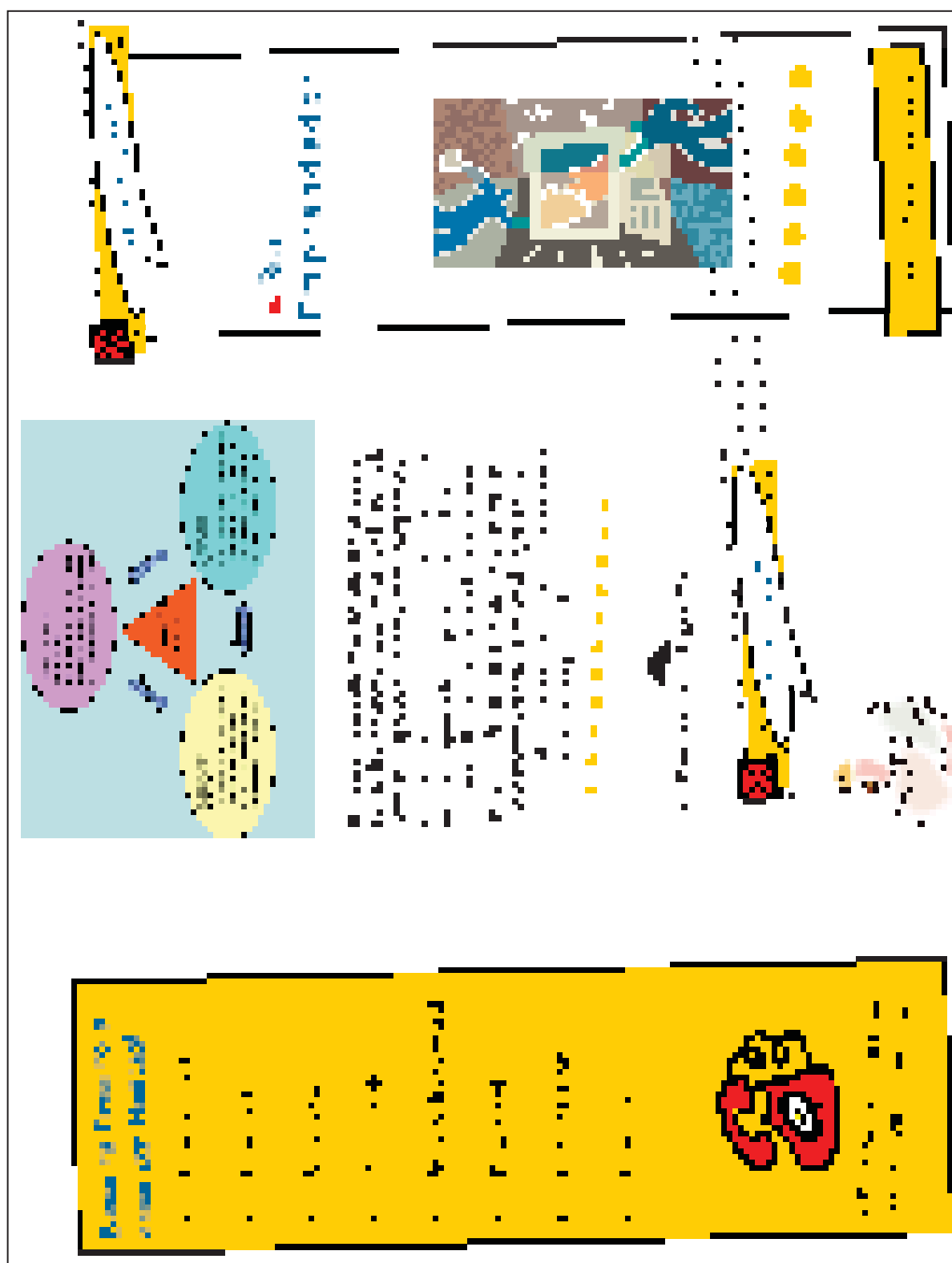


FIG. 24 TRIPTICO SER EMPRENDEDOR (FRENTE)

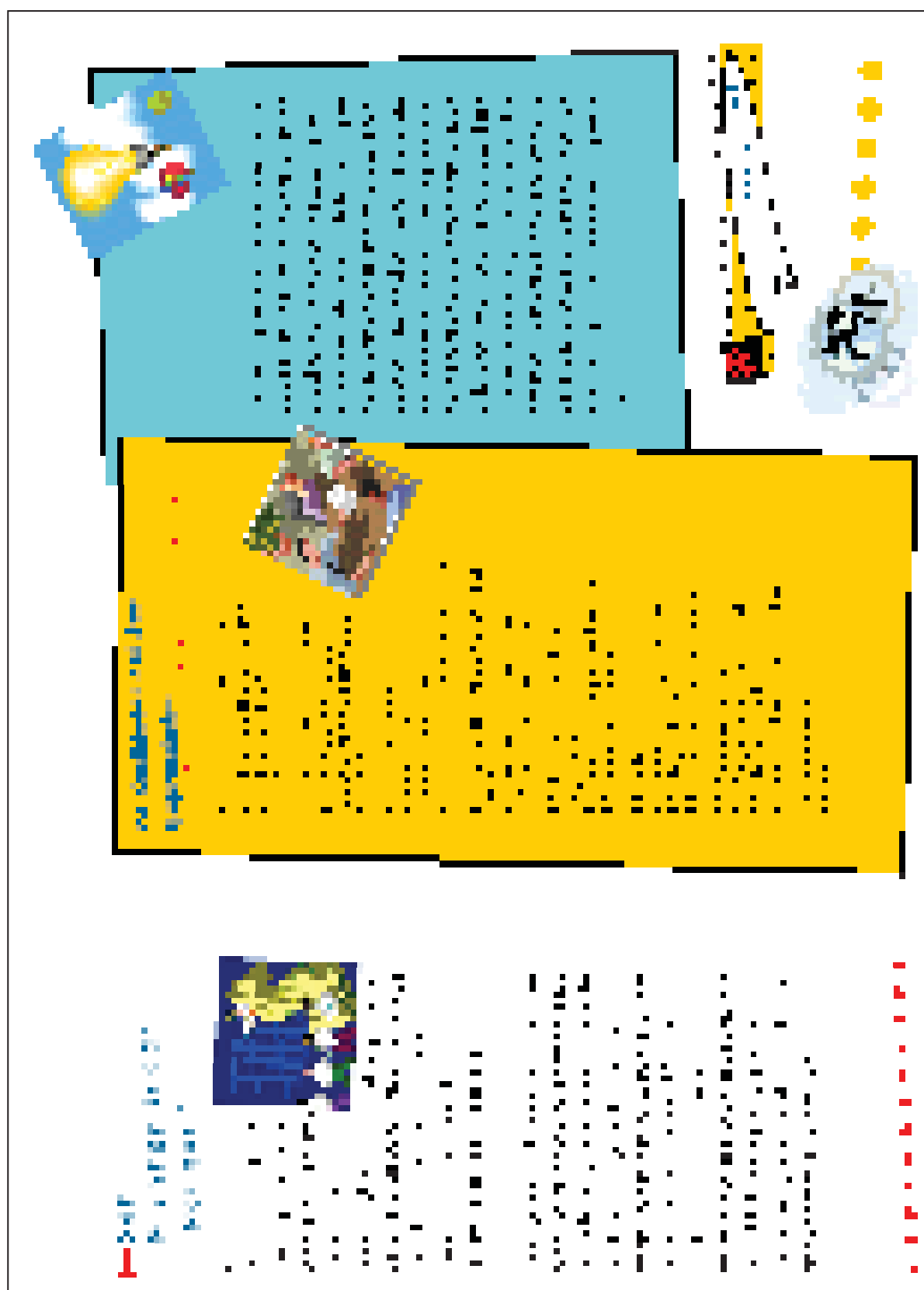


FIG. 25 TRIPTICO SER EMPRENDEDOR (INTERIOR)

La información anterior esta a disposición del Instituto Tecnológico Superior de Apatzingán, se hace la observación de que el programa electrónico de la página web y el tríptico de Ser Emprendedor se entregarán en la Dirección General del mismo instituto, para los fines que considere pertinentes.

REFERENCIAS Y/O BIBLIOGRAFÍAS

[1] SALAZAR Leytte Jorge

Como Iniciar una Pequeña Empresa, Su viabilidad de mercado

Editorial: CECSA

[2] BERMEJO Manuel

DE LA VEGA Ignacio

Crea tu propia Empresa

Estrategia para su puesta en marcha y supervivencia

Editorial: McGrawHill

[3] STRASSER Stephen, PH. D.

SENA John, Ph. D.

Del Campus a la Empresa

[4] MERCADO Vargas Horacio, Dr.

Trabajo de Investigación "El Mercado Laboral de los Egresados de
de la IES del estado de Michoacán"

¹ Rendón Gan, Teresa. "Tendencias del empleo en México", Revista de Comercio Exterior, vc.l. 49, núm. 3, marzo de 1999

² Gil Corona, Heliodoro. "La Voz de Michoacán", 16/06/99

³ Morales. Gina. "La Voz de Michoacán", 28/09/99

⁴ Favela, Javier y Bertha Ultreras. "La Voz de Michoacán", 29/04/99.

⁵ Guía Profesional Ocupacional. UMSNH, 20/04/99

⁶ Nota publicada en "La Voz de Michoacán", 16/06/99

⁷ "Letere". Órgano de Comunicación Interna de la Universidad Vasco de Quiroga, mayo/99

⁸ "La Voz de Michoacán", 15/05/99

⁹ "La Voz de Michoacán", 19/05/99

¹⁰ Morales, Gina. "La Voz de Michoacán"

-
- ¹¹ Meyer, Lorenzo. "La Voz de Michoacán", 15/10/99
- ¹² Guerra Rodríguez, Diódoro. "NOTIMEX", 15/10/99.
- ¹³ Gutiérrez Rocha, Yolanda. "La Voz de Michoacán", 15/10/99.
- ¹⁴ Lemus Barajas Jesús. "La Voz de Michoacán", 16/10/99
- ¹⁵ Nota publicada en "El Universal", 26/10/99
- ¹⁶ Nota publicada en "La Voz de Michoacán", 28/09/99, 7 A.
- ²⁰ "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 10
- ²¹ "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 20
- ²² "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 22
- ²³ "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 22,23
- ²⁴ "Como iniciar una pequeña empresa", de Jorge Salazar Leytte, pag. 26,27
- ²⁵ Periódico el Universal de México/ Viernes, 28 de Julio de 2006
- ²⁶ Ser emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag.39
- ²⁷ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 42
- ²⁸ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 44
- ²⁹ Ser Emprendedor ¿yo?/Ramón Quiroz/Pag. 47