

El Aula como espacio de investigación

The Classroom as a research space

Olga Leticia Gil Gaytán¹

Resumen

La investigación actualmente en las universidades es compleja debido en ocasiones, a la carga de trabajo del investigador, ya que, frecuentemente su tiempo se encuentra dividido además de la investigación, entre docencia, vinculación y gestión administrativa.

Ante esta situación, es difícil que el investigador cuente con el tiempo suficiente para la incorporación de trabajo de campo.

Se propone esta investigación de campo, descriptiva, con el objetivo de mostrar que, pese a esta situación, es viable para los investigadores de tiempo completo incorporar investigación de campo desde el aula, siendo ésta, una valiosa oportunidad accesible a ellos, en muchos de los casos.

La investigación presentada como caso, está referida a la identificación del perfil emprendedor internacional en estudiantes y los riesgos que éstos perciben. La población de estudio corresponde al periodo primavera 2017 de la licenciatura en comercio y negocios globales de la Universidad ITESO de Guadalajara, Jal. México.

Los resultados obtenidos, en esta investigación, fueron positivos para el caso aquí presentado, por lo que, confirman, la viabilidad del aula como espacio de investigación.

Palabras Clave: *Investigación, emprendimiento internacional, riesgo, test "Clever".*

Abstract

Current research in universities is complex due to the researcher's workload since their time is often divided, in addition to the research, between teaching, linking and administrative management. Given this situation, it is difficult for the researcher to have enough time for the incorporation of fieldwork.

This field research is proposed descriptive, with the aim of showing that despite this situation, it is viable for full-time researchers to incorporate field research from the classroom, this being a valuable opportunity accessible to them, in various cases.

The research, presented as a case, is referred to the identification of the international entrepreneurial profile in students as well as the risks they perceive. The study population corresponds to the spring 2017 period of the degree in commerce and global business of the ITESO University of Guadalajara, Jal. Mexico.

The obtained results in the research were positive in respect of the presented case and, therefore, confirm the viability of the classroom as a research space.

Key words: *Research, international entrepreneurship, risk, test "Clever".*

Códigos JEL: L/80, M/16, I/20

¹ Doctora en Desarrollo Humano orientado a las organizaciones, Coordinadora de la Unidad Académica Básica en Negocios Internacionales, Departamento de Economía, Administración y Mercadología, Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Occidente; Emprendimiento Internacional. Correo electrónico: ogil@iteso.mx

Introducción

La circunstancia actual alrededor de la investigación en diversas universidades, tanto en México como en otros países, queda claramente expuesta en el artículo del Dr. Ricardo Arechavala Vargas, titulado: *“Las universidades y el desarrollo de la investigación científica y tecnológica en México: una agenda de investigación”*.

La dificultad de los investigadores para incorporar investigación de campo o situacional a las investigaciones de escritorio o documentales, lleva a la búsqueda de alternativas accesibles, que les permitan seguir investigando al tiempo de incorporar trabajo de campo, a partir de los recursos disponibles.

Son diversas las situaciones que dificultan la investigación en México, en algunos casos la propia burocracia alrededor de la investigación y la falta de claridad en una agenda de investigación nacional conducen a la simulación o generación de investigación trascendental o de utilidad para la sociedad en general (Arechavala, 2011 pp. 44-47).

Las universidades centradas en la docencia, con poca o nula investigación, se convierten solo en repetición del conocimiento generado por otros y frecuentemente, bajo una realidad muy distinta a la nuestra.

En esa búsqueda, por localizar alternativas viables a la investigación, el aula de clase se propone como una de ellas. La pregunta de investigación que se plantea: ¿es el aula un espacio de investigación?

Es por tanto el objetivo de esta investigación, demostrar la viabilidad del aula de clases como espacio de investigación para el trabajo de campo.

Considerar el aula como espacio de investigación, especialmente para los investigadores, que laboran en las universidades de tiempo completo, que a la par de la investigación llevan a cabo actividades de docencia, gestión y vinculación, es un reto alentador para continuar la producción académica de calidad, además de otros

beneficios no imaginados. Es una alternativa, tal vez ya utilizada por algunos, pero quizás, otros tantos no la hayan contemplado, de ahí el objetivo de este artículo.

Por supuesto que en algunos casos implicará algunas adecuaciones y en otros, dependiendo del proyecto del investigador, podrá ser algo naturalmente viable de llevar a cabo.

Como resultado de lo anterior, se llevó a cabo un primer caso de investigación en la materia de Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales, asignatura de la carrera de Comercio y Negocios Globales del ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, Jalisco, México, sin que se presentaran limitaciones de ningún tipo.

Esta materia forma parte de la secuencia de emprendimiento internacional y cuyo objetivo principal es identificar y analizar los riesgos de emprender internacionalmente, generando competencias que les permitan lidiar con ellos incluso antes de finalizar la carrera. La última materia de la secuencia docente es precisamente Plan de Negocios de Exportación/Importación, materia integradora de los conocimientos adquiridos por los alumnos a lo largo de la carrera.

En cuanto a la metodología de la investigación aquí utilizada, tanto por su propósito como por su forma, se considera de campo por tomar la información directamente del grupo o segmento estudiado, descriptiva al dar cuenta de un determinado hecho o fenómeno, con universo definido y limitado por lo que el mismo se consideró como total.

Otros derivados:

- Compartir la experiencia de aprendizaje derivada de utilizar el aula de clase como campo de investigación, como medio de aprendizaje y generación de conocimientos tanto para el alumno como para el investigador.

- Mostrar cómo es posible conectar nuestro propio proyecto o línea de investigación con los estudiantes actuales.
- Probar que es posible generar los frutos buscados a pesar de las dificultades, considerando aquello con lo que sí se cuenta y a lo cual sí se tiene alcance.

Se coloca como contexto, especialmente para el último punto, que el tema de investigación del caso presentado, es el emprendimiento internacional a partir de los elementos de personalidad del propio emprendedor, elementos investigados y cuyos resultados han sido previamente publicados tanto en España, como Chile y México.

Fundamentos teóricos

Los elementos sobre los que se enmarca la teoría expuesta a continuación, está, por un lado, en la situación de la investigación en México, por el otro, en el emprendimiento internacional y la fundamentación de éste, desde la teoría económica, esto, por ser el tema central de investigación del caso muestra, aquí presentado, para probar el aula como espacio de investigación.

Es un hecho que las universidades y centros de investigación están alrededor del estado del arte, por lo que se hace necesaria la creación de nuevos escenarios de formación e investigación en los respectivos campos de interés (Guevara, 2016 p.166).

Actualmente las universidades justifican la investigación al considerar ésta, como una función sustantiva, además de la docencia y la vinculación. Esta función, busca principalmente, la generación de conocimiento propio, significativo y situado, por lo que es tarea de los investigadores, publicar artículos que reporten tanto investigación teórica como aplicada. Doblar las manos ante las dificultades de los propios investigadores ante la falta de tiempo o bien asumir que llevarla a cabo con pocos recursos generará baja calidad, igualmente nos puede llevar a posturas paralizantes y de poca apertura académica.

En este sentido, esta situación se vive tanto en las universidades públicas como privadas. “La retórica universitaria menciona la investigación científica como una de sus funciones substantivas, muy pocas universidades lo hacen visible en la asignación de recursos. Los indicadores de referencia que publican son sólo de carácter docente”. (Arechavala, 2011 p. 42).

Siendo este el antecedente y el objetivo de la investigación, pongo a consideración de los lectores la investigación con respecto a la *identificación del perfil emprendedor en estudiantes y los riesgos que estos perciben para emprender internacionalmente*. Investigación llevada a cabo en la universidad ITESO con estudiantes de licenciatura en comercio y negocios globales, investigación que abona a la propia línea de investigación sobre *Emprendimiento Internacional*.

Se define el emprendimiento internacional como “el descubrimiento, aplicación, evaluación y explotación de oportunidades – fuera de las naciones – para crear futuros bienes y servicios” (Oviatt y McDougall, 2005 p. 540).

La justificación, sobre esta línea de estudio, está mayormente, en la necesidad que México tiene, de contar con un mayor número de emprendedores internacionales. La apertura comercial actual, a través de la integración de las economías a nivel mundial dan por resultado el fenómeno actual, llamado globalización, este fenómeno, es el resultado de diversos factores, como lo son el avance tecnológico, las políticas de apertura comercial de los gobiernos y cada vez mayor dominio sobre la práctica empresarial reflejada así mismo y mejor sustento teórico de enseñanza en las universidades.

El área de estudio de la internacionalización ha hecho que dos perspectivas de estudio, el emprendimiento y los negocios internacionales se crucen. (Red Motiva, 2011).

En las carreras de negocios internacionales es, por tanto, muy común que el área de emprendimiento internacional esté presente y busque desarrollarse a través de los llamados

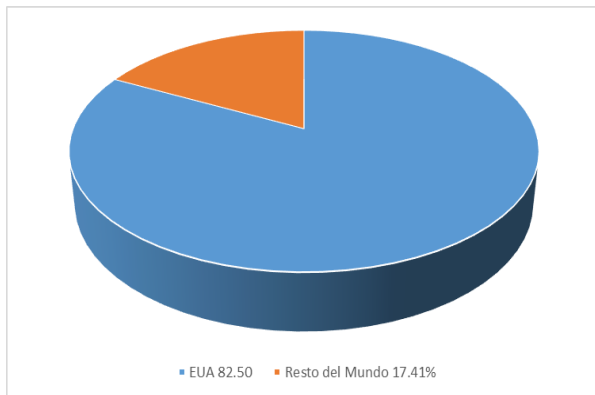
planes o proyectos de exportación, dirigidos a empresas o bien, sea una oportunidad para que los mismos estudiantes se vean así mismo como futuros emprendedores internacionales. No se localizaron estadísticas o estudios al respecto,

La academia alrededor del emprendimiento internacional en el ITESO, la Universidad Jesuita de Guadalajara, está clara en que México necesita incrementar las exportaciones de productos mexicanos, lo que implica necesariamente el emprendimiento internacional, así como en diversificar el número de países a los cuales exportar, ya que el 80% de esas exportaciones van a un solo mercado, los Estados Unidos.

Los estudiantes universitarios actuales, especialmente de las carreras vinculadas al comercio internacional, en teoría, deberían de ser quienes, en pocos años más, llevaran a cabo esta inevitable tarea, por ello la importancia de estos resultados y su difusión. INEGI lo confirma.

Figura 1

Exportaciones de México al mundo 2017

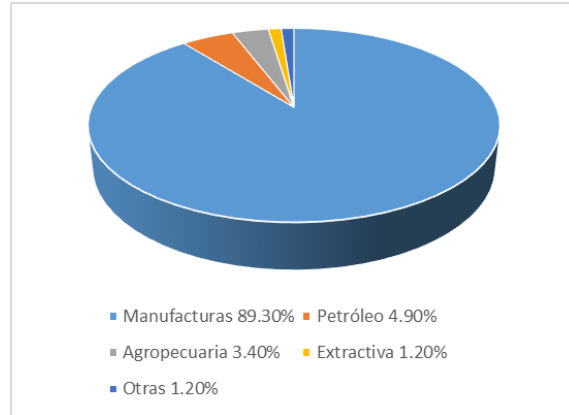


Fuente: Elaboración propia

En el año 2017 las exportaciones fueron por un total de 409,494.20 mil millones de dólares, de los cuales, el 90 por ciento de dichas exportaciones se realizó en concepto de manufacturas y no por petróleo. Las exportaciones petroleras fueron solo por 4.90%, manufacturas 89.3%, agropecuarias 3.40%, extractivas 1.20% y otras 1.20%. (INEGI, 2018).

Figura 2

Composición de las Exportaciones de México 2017.



Fuente: Elaboración propia

Durante el siglo pasado, México mantuvo durante sus primeros cuarenta años, una política proteccionista al comercio exterior conocida como “sustitución de importaciones”, posteriormente en el año de 1986, México se decide abrir sus puertas incorporándose al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) hoy OMC (Organización Mundial del Comercio), organismo rector del Comercio Internacional y cuyo principal objetivo es la promoción de dicho comercio a través de una competencia leal y sostenida, basada en principios y regulaciones de carácter equitativo entre sus miembros.

Al momento actual, México cuenta con una red de 12 tratados de libre comercio con 46 países, sin embargo, la mayor parte de ellos son desperdiciados, quienes más los aprovechan son las empresas extranjeras situadas en nuestro país.

Continuar apostando por la atracción de inversión directa en nuestro país con el fin de dar trabajo, será seguir apostando por la “maquila”, lo que en términos reales no resuelve el problema económico de fondo ya que las utilidades generadas por las ganancias por exportación, no se quedan en el país, se regresan a las arcas de las matrices principales de esos países.

Adam Smith (1773-1790), considerado padre del comercio internacional, en su obra la Riqueza de las Naciones propone la liberalización del comercio como forma de desarrollo económico de las naciones, apunta especialmente a la llamada “teoría de las ventajas competitivas”, según la cual, cada país debería de dedicarse a producir aquello para lo cual está naturalmente más capacitado, de tal manera que podrá producir lo necesario para cubrir sus propias necesidades y más, ese remanente, podrá intercambiarlo por los productos que le cuesta más producir que comprar a otros países, de esta forma la libertad en el intercambio quedó justificada. Posteriormente se han sumado otros teóricos, David Ricardo, Stuart Mill, John Maynard Keynes y en esta época, Michel Porter, entre otros.

La IED (Inversión Extranjera Directa), en el año 1986 el flujo de IED era de 2.000 millones de dólares, en el año 2015 cierra en los 30.000 millones de dólares, lo que le lleva a ocupar un segundo lugar en América Latina, después de Brasil (Reuters, 2016).

Exportar es por tanto una prioridad, hacerlo a través de un plan de negocios de exportación minimiza el riesgo. (ConnetAmericas, 2015). La carrera de comercio o negocios internacionales es de las más grandes en número en la mayoría de las universidades. Prácticamente en todas las instituciones educativas, la materia de planes o proyectos de exportación es obligatoria por ser integradora, pese a ello pocos estudiantes llevan a la realidad sus planes, a pesar de incluso muchos de ellos ser absolutamente viables. A mayor número de emprendedores universitarios preparados, mayores exportaciones mexicanas cuyas ganancias se queden en México y fortalezcan la economía.

Existen numerosas razones por las cuales una empresa decide insertar sus productos en el mercado internacional. Un plan de negocios de exportación es una herramienta que permite al emprendedor o al empresario identificar con anterioridad los pasos que debe seguir y prepararse lo mejor posible para ello. En el caso de los planes

de negocio de exportación, en ellos se identifican los siguientes grandes capítulos: Empresa, integración de la oferta exportable, logística, marco legal de la exportación y viabilidad financiera. No es el propósito adentrarnos a este tema, por lo cual el contenido de un plan o proyecto de exportación solo se mencionará en este punto.

El emprendimiento internacional es una decisión de alta exigencia y riesgo, especialmente para la Pyme. El emprendimiento internacional bajo ese contexto puede ser definido como: la capacidad de una organización para llevar a cabo un proyecto o plan de negocios de exportación con éxito

La RED MOTIVA (Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento) formada por universidades de distintos países y que buscan al desarrollo de empresas que contribuyan directamente en el bienestar social de los países de la región y que llevan un congreso anual, el cual en el 2011 versó sobre el Emprendimiento Internacional, las bases del mismo, según esta red de profesionales del emprendimiento apuntan lo siguiente:

“Las empresas, y en particular la pequeña y mediana empresa, Pyme, han sido una de las principales protagonistas de este proceso de globalización, al hacer frente a un mayor número de competidores en un mercado más amplio. Para todos los países resulta importante estimular el potencial exportador de la Pyme, promoviendo así mayor interés de las empresas en estos procesos”.

Sobre todo, porque diversos estudios realizados, han demostrado la capacidad de la Pyme en las distintas regiones del mundo, de innovar, proporcionar empleo, mejorar la distribución del ingreso y generar más competencia económica de en una economía. (Jansson, H. 2007 p. 4).

En algunos países de América Latina, como México, Brasil y Chile se están comenzando a desarrollar políticas orientadas a potenciar los procesos de internacionalización. Es clave para la competitividad en estos países, sobre todo por los mercados pequeños y por las barreras de los

emprendedores para que se orienten internacionalmente que se fortalezcan las políticas. (Acs y Amorós, 2008).

En el caso de México, se presume que la PYME representa el 99.8 por ciento del sector empresarial corresponde a la PYME, aportando el 42% del PIB (Producto Interno Bruto) y quienes dan trabajo al 79.8 por ciento de la población. (Arana, D., 2018).

En ese examen de la realidad, el análisis de los riesgos en el emprendimiento internacional, se hace igualmente necesario, esto con el propósito de disminuir los riesgos, desgracias o cualquier contratiempo que lleve al fracaso.

Para efecto de esta investigación, se dividieron los riesgos en función a las variables de la mercadotecnia, los que se encuentran en el microambiente, aquellos que se consideran controlables por la organización y los del macroambiente, los que se desprenden de las fuerzas no controlables (Kotler, P. y Armstrong, G. 2017).

A su vez, éstos se dividen en internos y externos, los primeros al interior de la empresa y externos en relación con la empresa. Los desprendidos del macroambiente, aquellos que definitivamente no podemos controlar, los internos a nivel país y los externos, globales, como lo son los riesgos internacionales.

Metodología

Investigación de campo, al tomar la información directamente del grupo o segmento estudiado, descriptiva al dar cuenta de un determinado hecho o fenómeno, con universo definido y limitado por lo que el mismo se consideró como total dados los resultados de la formula estadística dispuesta para estos casos.

Objetivos de la investigación:

- Estudio comparativo sobre los elementos de personalidad asociados al éxito en el emprendimiento internacional.
- Riesgos que los estudiantes de nivel licenciatura ven hacia el emprendimiento

internacional a pesar de contar con buenos planes de exportación.

Perfil a investigar:

- Edad: 18 y 23 años.
- Actividad principal: Estudiantes de licenciatura del ITESO.
- Situación civil: Solteros.
- Nivel educativo: Entre 7º. Y 8º. semestre.
- Lugar de residencia: ZMG.
- Características Básicas: Inclinação hacia el Emprendimiento Internacional.
- Ubicación: Alumnos de la materia de Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales.
- Visión futura: Ser emprendedores internacionales.

Esta materia forma parte de la secuencia docente de academia de emprendimiento internacional, en el ITESO. El objetivo de esta materia es precisamente desarrollar competencia en el alumno que le ayuden a identificar, analizar y prevenir los riesgos alrededor de los emprendimientos internacionales que bien él realice para sí mismo o para otro, incluyendo por supuesto una organización o empresa.

Dado que el tamaño del universo es realmente pequeño, se dispuso a considerarlo como viable de no considerarse la aplicación de muestra, ya que normalmente el resultado de aplicar la formula correspondiente normalmente da el mismo resultado. Sin embargo, para efecto de cumplir con el protocolo se consideró y aplicó la misma:

Tamaño del Universo y fórmula para universo conocido: 14 Estudiantes de la materia de Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales, materia de la secuencia docente sobre desarrollo de competencia para el Emprendimiento Internacional, secuencia que culmina con la materia de Plan de Negocios de Exportación en la cual se desarrolla precisamente un plan o proyecto de Exportación.

Formula Estadística:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N-1) + Z^2 pq}$$

En dónde:

- N = Tamaño de la Muestra.
- Z = Nivel de Confianza.
- p/q = Probabilidad de éxito o fracaso.
- e = Error muestral 5%

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.5)(.5)(14)}{(.0025)^2 (14-1) + (.96)^2 (.5)(.5)} = 13.54$$

El grupo estuvo conformado por un total de 14 alumnos. Ocho mujeres y seis hombres.

Pasos Investigación:

1. Identificar cuántos estudiantes de manera consciente optan por el emprendimiento internacional.
2. Desde ese nivel de consciencia, los estudiantes, reconocen las razones por las cuales consideran el emprendimiento internacional como opción.
3. Los estudiantes catalogan desde su percepción los riesgos que ven en el emprendimiento internacional.
4. Se les dan a conocer los resultados de la investigación sobre Los Elementos de Personalidad asociados al Éxito exportador de Empresarios Mexicanos.
5. Conociendo el significado de los Elementos de Personalidad, se les pide que libremente justifiquen las características que "creen tener".
6. Se aplica el instrumento de personalidad "Clever".
7. Llevar a cabo comparativo de la autopercepción de los estudiantes y los resultados de la aplicación del Test "Clever".

8. Una vez revisada la teoría sobre los Riesgos Internacionales, se retoman los riesgos y se clasifican.
9. Se identifican los Riesgos Internacionales por alguna fuente confiable.
10. Comparativo final de resultados entre los rasgos de personalidad, el éxito en el emprendimiento internacional y los rasgos que los estudiantes libremente consideraron tener.

Paso No. 1.

Identificar cuántos de ellos de manera consciente optan por el emprendimiento internacional. Este paso se llevó a cabo a través pedirles responder a la pregunta si se consideran o no emprendedores internacionales.

Tabla 1

Resultados Emprendimiento Internacional

No.	EMPRENDEDORES	
	SI	NO
1	x	
2		x
3		x
4	x	
5	x	
6	x	
7	x	
8	x	
9	x	
10	x	
11	x	
12	x	
13	x	
14		x
	11	3
	79%	21%

Los resultados con todo y lo supuesto al inicio del estudio, en el que sumió que el 100% respondería positivamente, la realidad fue:

- Solo el 79% del total del curso se considera o se ve como emprendedor internacional en el momento del estudio.
- De ese porcentaje el 83% son mujeres y el 17% son hombres.
- El 21% de quienes respondieron que no, el 66.67% son mujeres. El 33.33% hombres.

Es importante hacer notar que dado que, no es el mismo número de hombres y mujeres, la interpretación de resultados por genero porcentual no es consistente, sin embargo, sí la tendencia inicial del 79%.

Paso No. 2.

Desde ese nivel de consciencia reconocen las razones por las cuales consideran el emprendimiento internacional como opción.

Tabla 2

Resultados razones para emprender

RAZON	
No.	OPINION ABIERTA
1	Ya lo soy, tengo mi negocio.
2	No me veo de esa manera.
3	Opto por carrera en una empresa
4	Mi familia tiene negocio y seguiré ahí
5	Tengo mi pequeña empresa
6	No me gusta recibir órdenes
7	Mayor libertad económica
8	Empresa familiar
9	Me gustaría tener mi propia empresa
10	Después de ganar experiencia, sí quiero
11	Sí me veo, aún no sé qué empresa
12	Trabajo en la empresa de mi hermano
13	Sí me gustaría tener mi propio negocio
14	No estoy interesada

Analizando los resultados:

- Están claros en las razones expuestas, no les significó dificultad alguna.
- Todas ellas son comprensibles.
- Hubo consistencia en los tres estudiantes que no se ven como emprendedores y la razón expuesta, nos referimos a los estudiantes No. 2, 3 y 14.

Paso No. 3.

Catalogan desde su percepción los riesgos que ven en el emprendimiento internacional y los cuales los detendrían en su propósito.

Tabla 3

Resultados sobre los riesgos percibidos en el emprendimiento internacional.

No.	FRACASO	IDEA	TIEMPO	DINERO	EMPUJE	CONOCER	BUROCRACIA	GENE
1	X							
2		X						
3	X							
4		X						
5			X					
6	X							
7			X					
8			X					
9			X	X				
10						X		
11	X					X	X	
12					X			
13							X	X
14				X	X			
	4	2	4	2	2	2	2	1

De acuerdo a los resultados mostrados en la tabla anterior por sus resultados, este grupo considera del mayor a menor riesgo, los siguientes:

- 52.65% La falta de generación de buenas ideas, carencia de capital, conocimientos

para el armado de un plan y la ejecución, cada uno con un 10.53%.

- 42.1% Miedo al fracaso y preocupación por la cantidad de tiempo que un emprendimiento ha de llevar y la necesidad al mismo tiempo de generar recursos para vivir.
- 5.26% incompetencia de la gente con la que hay que trabajar.

Paso No. 4.

Se les presentó a los estudiantes la investigación referente a los elementos de personalidad asociados al éxito en el emprendimiento internacional, investigación realizada a 64 empresarios mexicanos, 32 de ellos exitosos y 32 no exitosos, todo ello con el objetivo de identificar los elementos de personalidad (Gil, O. 2017), los elementos medidos fueron:

- **EMPUJE.** Es la capacidad de lograr resultados, aceptar retos superando problemas y teniendo iniciativa.
- **INFLUENCIA:** Es la habilidad para relacionarse con la gente y motivarla o persuadirla para que realice determinada acción deseada.
- **CONSTANCIA:** Es la capacidad para persistir de manera continua y rutinaria con una determinada acción o actividad hasta conseguir el objetivo.
- **CUMPLIMIENTO:** Es la habilidad para desarrollar trabajos respetando normas y procedimientos establecidos.

El instrumento de investigación utilizado fue el Test "Cleaver", también conocido como Modelo (DISC, 2016).

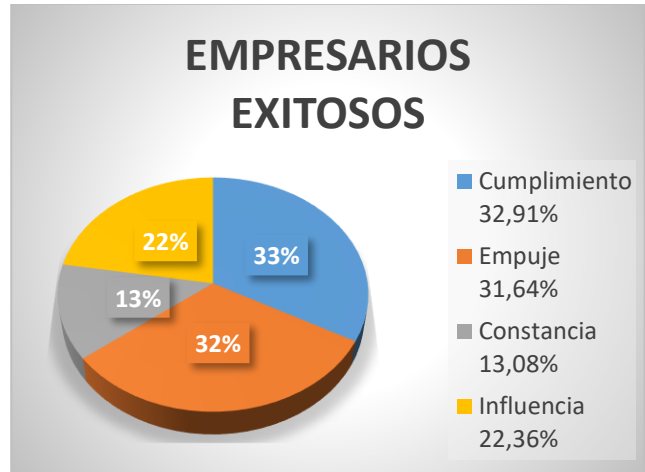
Instrumento ampliamente empleado por las organizaciones especialmente en el área de reclutamiento y selección de personal.

A continuación, los resultados de la investigación que fueron compartidos a los estudiantes, iniciando con los de perfil exportador exitoso, seguidos con los de perfil exportador no

exitoso y finalmente un comparativo entre ambos, se analizaron y reflexionaron dichas características.

Figura 3

Resultado Perfil Emprendedor Exitoso



Fuente: Elaboración propia

Figura 4:

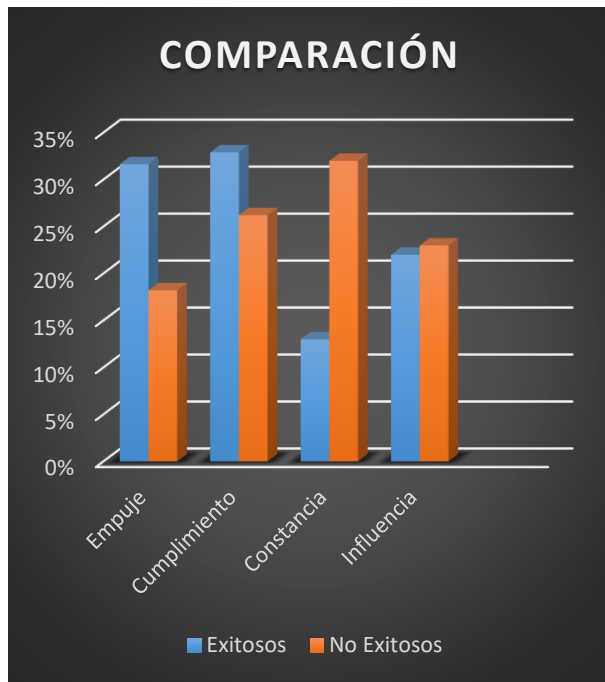
Resultado Perfil Emprendedor No Exitoso



Fuente: Elaboración propia.

Es decir que las principales características del grupo de empresarios mexicanos exportadores exitosos lo fueron: el cumplimiento (32.91%) y el empuje (31.64%) y la influencia o liderazgo (22.36%).

En la otra figura comentada, el comparativo de ambos resultados:



Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Comparativo entre ambos perfiles

- Definitivamente el “locus” de los empresarios mexicanos exitosos, estudiados, está en el cumplimiento, llamado actualmente como “compliance” y en el empuje, la fuerza que no te permite desistir hasta alcanzar tus metas.
- El liderazgo es compartido por ambos grupos, incluso un poco más en el grupo de los empresarios no exitosos, lo que puede interpretarse que esta característica está disponible para ambos grupos.
- La que claramente está del lado de los “no exitosos” es la constancia, hay que recordar que esta se define como el gusto por la operación, por la rutina, en otras palabras “zona de confort”.

Paso No. 5.

Con el antecedente de esta investigación, y conociendo el significado de cada variable, a los estudiantes se les invitó a señalar las características que ellos *creen tener* y se agregó a la información previa del paso No. 2, he aquí los resultados:

Tabla 4

Resultados pregunta sobre rasgos

RASGOS DE PERSONALIDAD "CREO TENER"				
No.	EMPUJE	LIDERAZGO	CUMPLIMIENTO	CONSTANCIA
1	X		X	
2	X	X	X	X
3	X		X	
4		X	X	
5	X	X	X	
6			X	
7	X			
8	X		X	
9	X			
10	X	X		
11	X	X		
12	X	X		
13		X	X	
14	X	X		
	11	8	8	1
	78%	57%	57%	1%
	39%	28%	28%	3%

De acuerdo a estos resultados tenemos que el 78% considera como principal característica, el empuje, para un emprendimiento internacional exitoso. En un segundo lugar están la influencia y el cumplimiento, con un 57%, apenas arriba de la media requerida.

- Para bien de este estudio, la percepción de la constancia aparece únicamente con un 1%.
- Como resultado de este análisis, podemos afirmar que este grupo considera contar con los elementos de personalidad necesarios para llevar a cabo un emprendimiento internacional exitoso. Habría que fortalecer: su capacidad de liderazgo y su decisión de cumplir.
- La constancia hay que recordar se refiere a la disposición del individuo por el trabajo operativo, esto nos dice que definitivamente, excepto por el 1% muestra interés por las tareas operativas, coincidentemente es uno de quienes no están interesados en el emprendimiento internacional.

Paso No. 6.

Se aplica el instrumento “Clever”. Es decir, todos los alumnos contestaron el reactivo que mide e identifica los rasgos de personalidad, rasgos asociados al éxito en el emprendimiento internacional en estudio previo publicado.

Tabla 5

Resultados instrumento de investigación

RESULTADOS DEL CLEAVER				
No.	EMPUJE	LIDERAZGO	CUMPLIMIENTO	CONSTANCIA
1	X	X		
2	X	X	X	X
3	X		X	
4	X	X		
5	X	X		
6		X		
7		X	X	X
8	X			
9	X	X		
10	X	X		
11	X	X		
12	X	X	X	
13		X		
14	X	X		
	11	12	4	2
	78%	85%	28%	14%
	38%	41%	14%	7%

- Principal rasgo el liderazgo o influencia con un 85%, la segunda el empuje con un 78%, falta mejorar el cumplimiento en este caso con un 28%.
- Realmente este grupo con seguimiento sería el ideal para incorporarse a la materia de Plan de Negocios, en el paso siguiente se lleva a cabo este comparativo.
- Los alumnos no están tan alejados de identificar sus características personales, **en este caso.**

En otros estudios esto no se refleja.

Paso No. 7.

Comparativo de resultados entre percepción y resultados en el *Cleaver* con respecto a los elementos de personalidad.

Tabla 6

Resultados comparativos entre percepción y resultados “Clever”.

No.	PERCEPCION ALUMNOS(AS)	RESULTADO CLEAVER	FALTA
1	Empuje y Cumplimiento	Empuje y Liderazgo	Cumplimiento
2	Empuje, Liderazgo, Cumplimiento y Constancia.	Empuje, Liderazgo, Cumplimiento y Constancia.	
3	Empuje y Cumplimiento	Empuje y Cumplimiento	Liderazgo
4	Liderazgo y Cumplimiento.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento
5	Empuje, Liderazgo y Cumplimiento.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento
6	Cumplimiento.	Liderazgo.	Empuje y Cumplimiento.
7	Empuje.	Liderazgo, Cumplimiento y Constancia.	Empuje
8	Empuje y Cumplimiento.	Empuje.	Liderazgo y Cumplimiento.
9	Empuje.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento
10	Empuje y Liderazgo.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento
11	Empuje y Liderazgo.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento
12	Empuje y Liderazgo.	Empuje, Liderazgo y Cumplimiento.	
13	Liderazgo y Cumplimiento.	Liderazgo.	Empuje y Cumplimiento.
14	Empuje y Liderazgo.	Empuje y Liderazgo.	Cumplimiento

- Doce de los 14 estudiantes cuentan al menos con dos de los elementos de personalidad asociados al éxito en las exportaciones en el emprendimiento internacional, el 86%, un porcentaje muy alto.
- Uno de los alumnos del grupo estudiado (estudiante No. 2) coincide tanto en su elección libre, como por los resultados dados por el instrumento, con los cuatro elementos.
- Por otro lado, el estudio muestra que dos de los alumnos (No. 6 y No. 8), no cuentan con los elementos de personalidad suficientes, asociados al éxito con el emprendimiento internacional.
- Dos alumnos (No. 2 y No.14) que “no creen” tener los elementos de personalidad, el instrumento, arroja que sí.
- En todos los casos, excepto en uno, todos los que sí cuentan, con al menos dos de los elementos de personalidad, deberían reforzar o atender un tercero, en cada caso éste puede ser visto en la tercera columna.
- Se sugiere en cada caso reforzar el rasgo de personalidad faltante, para completar los tres rasgos requeridos: Empuje, Influencia y Cumplimiento.

Paso No. 8.

Después de conocer los Riesgos y su clasificación los alumnos vuelven opinar sobre cuáles consideran los “detienen” para emprender internacionalmente y los clasifican.

Tabla 7

Los alumnos reconocen y clasifican riesgos a partir de la teoría vista en clase.

No.	MENCION	RIESGO EMPRESARIAL	MICRO		MACRO	
			INT	EXT	INT	EXT
1	7	Falta de conocimiento	X			
2	9	Producto sin valor	X			
3	1	No Visión Exportadora	X			
4	3	Falta de capital	X	X		
5	2	Falta de Producción	X			
6	7	El Mercado	X			
7	1	La Cultura	X			
8	9	Apatía	X			
9	1	Incertidumbre	X			
10	1	Logística		X		
11	3	Burocracia		X		
12	4	Economía			X	X
13	2	Mala gestión	X			
14	2	Corrupción			X	
15	2	Incumplir contrato	X			
16	1	Impuestos altos			X	X
17	4	Miedo al fracaso	X			
18	1	Falta apoyo PYME			X	
19	1	Guerras				X
20	1	Inexperiencia	X			
		Totales	13	3	4	3
			65%	15%	20%	15%
			56%	13%	17%	13%

- Los alumnos consideran como mayores los riesgos a nivel micro, es decir, temen más a los aspectos que son controlables hasta cierto punto por depender de su propio empuje. Estos aspectos representan el 65% de los 14 alumnos, en el siguiente orden:
- Apatía y no contar con un producto con valor agregado (9 c/u), Falta de conocimientos y mala selección del mercado (7 c/u), miedo al fracaso (4 c/u).

- En cuanto a los aspectos macro, que no dependen de ellos, es decir que no son controlables, el de mayor temor es la economía nacional (4) incluso por arriba de la macroeconomía.

Paso No. 9.

Se mostró a los alumnos los principales riesgos internacionales considerados por CNN Expansión. (Información de la revista expansión del año 2014).

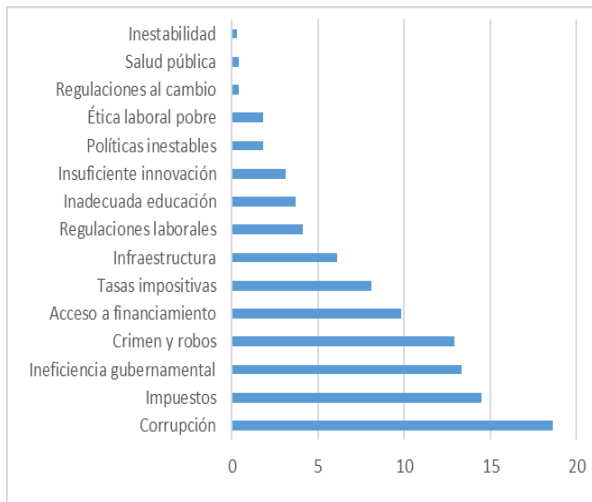


Figura 6:

Factores de riesgo

De acuerdo a esta fuente, los cinco principales riesgos, como lo son:

- La corrupción.
- Los impuestos.
- La ineficiencia gubernamental y burocracia.
- Crimen y robos.
- Acceso al financiamiento.

Todos ellos parte del macro ambiente nacional.

Sobre este paso podemos deducir:

- Ninguno de los riesgos dispuestos por CNN Expansión, fueron considerados por los alumnos en los pasos previos No. 3 y No. 7 en los cuales se identificaron los riesgos percibidos y clasificados por ellos.

Paso 10:

Se lleva a cabo un comparativo de los tres resultados, el primero, el considerado como asociado al éxito para el emprendimiento internacional, el segundo referente a lo que los alumnos “creen” tener y por último el que muestra el instrumento de investigación “Clever”.

Tabla 8

Resultados finales comparativos

COMPARATIVO DE RESULTADOS			
	EMPRESARIO EXITOSO	AUTOPERCEPCION	CLEAVER
EMPUJE	31.64%	39%	38%
INFLUENCIA	22.36%	28%	41%
CUMPLIMIENTO	32.91%	28%	28%
CONSTANCIA	13.08%	3%	7%

Lo que podemos deducir del comparativo anterior es:

- Los alumnos en general tienen un autoconocimiento claro con respecto a dos de las variables, la influencia o liderazgo, el cual es realmente alto un 41%, incluso por arriba del mostrado por el estudio sobre los empresarios exitosos.
- Lo mismo ocurre en cuanto al empuje con un 38% en comparación con el dispuesto por el estudio en un 31.64%.
- El que es menor al dispuesto por el estudio, es el cumplimiento con un 28%, que coincide el resultado con lo que los propios estudiantes aceptan no tener.
- Finalmente, la constancia es incluso menor al que mostraron los empresarios exitosos, el resultado del “Clever” para los estudiantes es solo del 7%, un poco mejor al que ellos mismos creyeron tener.
- La conclusión con este comparativo es que este grupo en términos generales, cuenta con los elementos de personalidad asociados al emprendimiento internacional exitoso.

- Representa un grupo ideal para el desarrollo del plan o proyecto de exportación final, como forma de favorecer el emprendimiento internacional y por ende las exportaciones nacionales con los propios beneficios que esto representa para ellos y para el país en general.

Resultados y discusión

La pregunta de investigación se respondió positivamente, el aula sí resultó ser un espacio de investigación y por tanto el objetivo quedó cumplido al probar la viabilidad del aula como espacio de investigación.

Así mismo, se desarrolló un marco referencial del estado de la cuestión sobre la investigación en México, así como, los fundamentos teóricos sobre el tema del emprendimiento internacional, tema central del caso muestra utilizado.

Otras subsecciones derivadas de la presente investigación igualmente tuvieron el resultado esperado:

- Compartir la experiencia de aprendizaje derivada de utilizar el aula de clase como campo de investigación, como medio de aprendizaje y generación de conocimientos tanto para el alumno como para el investigador.

La publicación de esta investigación y sus resultados, se espera, inviten a otros investigadores a considerar esta posibilidad de manera creativa y abierta.

- Mostrar cómo es posible conectar nuestro propio proyecto o línea de investigación con los estudiantes actuales.

Los estudiantes de licenciatura pueden, como fue este caso, sentirse valiosos al formar parte de una investigación que genere conocimiento, lo que, permite acercar a los estudiantes a esta función sustantiva de la universidad permitiendo una mejor valoración de su parte.

- Probar que es posible generar los frutos buscados a pesar de las dificultades, considerando aquello con lo que sí se cuenta y a lo cual, sí se tiene alcance.

La dificultad de los investigadores de tiempo completo en las universidades, con diversas funciones a la par de la investigación, pueden, a través de esta propuesta, considerar sus aulas como posibles espacios de investigación al alcance.

En cuanto a los resultados referidos al caso muestra utilizado, se podrán con estos resultados, tomar decisiones en distintas dimensiones que involucrarán más de alguna área de la universidad, para fortalecer el perfil emprendedor internacional de los estudiantes de la carrera de Comercio y Negocios Globales del ITESO.

Este caso probó además del objetivo dispuesto para el artículo, la validez del instrumento utilizado para identificar y valorar los elementos o rasgos de personalidad de los estudiantes, así como la identificación de los principales riesgos que ellos consideran como obstáculos para el emprendimiento internacional.

Actualmente, el emprendimiento se está estudiando desde diferentes visones, el enfoque psicológico es cada vez más frecuente y aceptado partiendo de una concepción innegable, bajo la cual el hombre es un ser comparativo y creador, por lo que la pregunta respecto del por qué solo algunos logran el éxito, es una constante al paso del tiempo. (Marulanda, J., Correa, G. y Mejía, L, 2009 p. 158).

Así mismo los resultados en la parte concerniente a la investigación documental, que más que tema de discusión, es un tema de acción, la necesidad de que el país cuente con un mayor número de emprendedores internacionales que lleven los productos mexicanos a otros mercados, no solo los EUA, por ello la necesidad de que las universidades y organismos promotores del comercio exterior mexicano tanto federales como estatales, públicos y privados, vuelvan su vista a las "soft skills", el conocimiento duro ya lo manejan y bien, la mayoría de las Universidades que cuentan

con las carreras de comercio y negocios internacionales, el propio Premio Nacional de Exportación (PNE, 2018) así lo demuestra con las premiaciones realizadas a diversas instituciones de educación superior en el país.

La integración de las competencias tanto duras como blandas en los estudiantes ahora, emprendedores después, harán de estos seres humanos esperanzados por desarrollar plenamente su potencial, se conviertan en empresarios exitosos; la economía, la sociedad, la educación y la persona en cuestión, ganará con esto.

Conclusiones

Se cumplió el objetivo dispuesto para este artículo, al mostrar la viabilidad del aula como espacio de investigación.

Otros derivados:

- Se demostró que sí es posible conectar nuestro propio proyecto o línea de investigación con los estudiantes actuales.
- Compartir la experiencia de aprendizaje derivada de utilizar el aula de clase como campo de investigación, como medio de aprendizaje y generación de conocimientos tanto para el alumno como para el investigador.
- Probar que es posible generar los frutos buscados a pesar de las dificultades, considerando aquello con lo que sí se cuenta y a lo cual sí se tiene alcance.
- El emprendimiento internacional es una necesidad para llevar al país de ser un país maquilador a un país verdaderamente exportador.
- Las carreras de comercio y negocios internacionales debemos continuar privilegiando el emprendimiento como forma de desarrollo económico.
- Los planes y/o proyectos de exportación debería estar especialmente direccionados a los estudiantes con elementos de personalidad asociados al éxito exportador.

- Este grupo de 14 estudiantes confirma contar con al menos uno de los principales elementos, empuje y liderazgo, presentando un bajo porcentaje con respecto al cumplimiento.
- Se sugiere el uso de instrumentos de personalidad que midan los rasgos hacia el emprendimiento internacional, de esta forma se ahorrarían esfuerzos de diversos tipos.
- Algunos nacen con los rasgos de personalidad otros no, pero estos se pueden alcanzar o desarrollar.

Este grupo de estudio en términos generales se consideró así mismo con interés y apto para emprender, el estudio lo confirmó.

Sería ideal que las instituciones educativas superiores identificaran a los estudiantes con estos rasgos y fueran cuidados, formados expresamente hacia el emprendimiento internacional, muchos de ellos se “pierden en el camino”.

De acuerdo al caso presentado en esta investigación, se cumplió el objetivo al identificar *el perfil emprendedor en estudiantes y los riesgos que estos perciben para emprender internacionalmente*. investigación que abona a la propia línea de investigación sobre Emprendimiento Internacional en la que la autora se enfoca.

Así mismo, se sugiere, que las universidades interesadas en el emprendimiento internacional, deberían de incorporen en desarrollo de las “*soft skills*” en los campos de conocimiento con respecto al emprendimiento.

En el caso de las carreras de comercio y negocios internacionales, se le sugiere robustecer el desarrollo de las siguientes características: *Empuje, Influencia, Cumplimiento*.

Esta investigación llevada a cabo, se pone a disposición del sector empresarial y académico.

La utilización de herramienta como el “Cleaver” ayudarían a una mejor canalización de recursos dirigidos al emprendimiento, los conocimientos y

recursos materiales no son suficientes para alcanzar el éxito, es necesario la consideración de la persona y sus elementos.

Se invita a la vinculación entre el sector empresarial y el sector educativo desde la investigación, como ocurre en los países del primer mundo.

Finalmente agradezco a cada uno de los catorce estudiantes de la materia de Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales del período Primavera 2018 por su disposición a colaborar en esta investigación, en cuanto a las implicaciones éticas del estudio, acordé con ellos la confidencialidad de sus nombres y circunstancias, así como a entregarles los resultados individuales de su perfil en relación a los elementos de personalidad asociados al éxito en el emprendimiento internacional.

Referencias

- Acs, Z. y Amorós, J. (2008, septiembre 13). Entrepreneurship and Competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31, 305-322.
- Arana, D. (2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. enero 15, 2018, de Forbes Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Arechavala, R. (2011, junio). Las universidades y el desarrollo de la investigación científica y tecnológica en México: una agenda de investigación. *Revista de la Educación Superior*, XL (2), No. 158, 41-57.
- ConnetAmericas. (2015). ¿Qué debe de contener un plan de exportación? septiembre 27, 2018, de ConnetAmericas Recuperado de: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- DISC Profile. (2017). Everything DISC. septiembre 28, 2017, de DISC Sitio web: DISC Profile (2016). Everything DiSC Workplace® Recuperado de <https://www.discprofile.com/what-is-disc/overview/>
- Gil, O. (2017, marzo-agosto). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, número 12, 1-21
- Guevara, R. (julio-diciembre, 2016). El estado del arte en la investigación: ¿análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos? *FOLIOS Universidad Pedagógica Nacional de Colombia*, 44, 165-179.
- INEGI. (2018). COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 24/18. julio 9, 2017, de INEGI Recuperado de: http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/salade-prensa/boletines/2018/balcom_o/balcom_o2018_01.pdf
- INADEM. (2018). Cómo Participar. septiembre 28, 2018, de Fundación Premio Nacional de Exportación Sitio web: <http://www.pne.economia.gob.mx/requisitos.asp>
- Jansson, Hans. (2007). *International Business Marketing in Emerging Country Markets*. Great Britain: MPG Books Ltd. Bodmin, Cornwall.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Pearson.
- Marulanda, J., Correa, G. y Mejía, L. (2009, julio 14). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN Escuela de Administración de Instituciones Universitarias*, 66, pp. 153-168.
- Oviatt, B. y McDougal, P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 540.
- Red Motiva. (2011). Call for paper. enero 15, 2019, de RED MOTIVA Sitio: <https://www.uv.es/motiva2/Motiva2011Chile/EMPRENDIMIENTO%20INTERNACIONAL%20VERSION%20FINAL.pdf>
- Reuters. (2016). La Inversión Extranjera Directa a México crece 135% anual. 4 de febrero de 2016, de CNN expansión Recuperado de: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/08/20/mexico-duplica-inversion-extranjera-al-segundo-trimestre>