

Escenarios de emprendimiento universitario con sentido Ético

CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel*†, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime

Calle Circunvalación No. 551 Colonia La Lima, Zamora Mich. C.P. 59699

Recibido 13 de Enero, 2015; Aceptado 12 de Mayo, 2015

Resumen

En Michoacán la economía se ha visto mermada en virtud de la falta de oportunidades de empleo, considerándose varios factores como causantes del grave problema, donde destacan: la grave inseguridad, la pérdida de valores y de credibilidad por parte del sistema de gobierno actual.

Una solución visible al problema, es generar mayores oportunidades a los jóvenes con características de emprendimiento, generando instrumentos de capacitación y adiestramiento que les prepare para fortalecer la economía.

Es imprescindible que los programas de incubación de empresas dentro de las universidades, generen certeza y credibilidad y eviten causar desgaste en los estudiantes.

La responsabilidad del gobierno del Estado de Michoacán es determinante, ya que en ese ámbito, se congelan programas, se distorsiona su destino y propicia desánimo en los estudiantes interesados en el emprendedurismo.

Con el ánimo de mejorar la economía de los michoacanos, es apremiante generar cambios en los procedimientos de las incubadoras de empresas, para que se genere certidumbre y pasión por esta actividad.

Emprendimiento, valores, incubación**Abstract**

In Michoacán economy has been weakened under lack of employment opportunities, considering several factors as the cause of serious problems, which include severe insecurity, loss of values and credibility by the current system of government.

A visible solution to the problem is to generate greater opportunities for young people with entrepreneurial characteristics, creating training tools and training that prepares them to strengthen the economy. It is imperative that business incubation programs within universities generate certainty and credibility and avoid causing wear on students.

The responsibility of the government of the State of Michoacán is crucial, since in this area, programs are frozen, their fate is distorted and discouragement encourages students interested in entrepreneurship.

With the aim of improving the economics of Michoacan, is pressing generate changes in procedures of business incubators, that certainty and passion generated by this activity.

Entrepreneurship, values, incubation

Citación: CHÁVEZ-CONTRERAS, Leonel, MADRIGAL-MORENO, Francisco, DÍAZ-VÁZQUEZ, Alberto y SILVA-CORONA, Jaime. Escenarios de emprendimiento universitario con sentido Ético. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial, 2015, 1-1: 75-84

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: chavezleonel63@yahoo.com.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

Es por todos conocido, que sin el conocimiento y la práctica de las leyes que la moral prescribe, no puede haber entre los hombres, ni paz, ni orden ni felicidad. Carreño, (1853).

En su libro *Manual de Urbanidad*, vigente aun en el siglo XXI, es una guía básica en el tema de las buenas costumbres. Tal es su impacto, que la mención de su título en expresiones del tipo *Un manual de Carreño del correo electrónico*, señala la codificación por escrito de lo que se considera como lo adecuado en urbanidad y trato entre las personas. Op. Cit.

En éste artículo, se plantea la problemática del emprendedurismo universitario, destacando la reflexión filosófica de Kant sobre la ética y los valores, elementos sin los cuales, las organizaciones se tornan endebles y son causa principal de la desaparición temprana de muchas organizaciones.

De igual manera, se analizan las posibles implicaciones (teóricas y prácticas) en las tareas del emprendedor, donde no se puede desdeñar la relevancia que tienen los valores y principios éticos en su trato con clientes, proveedores, sus recursos humanos y demás actores del mundo empresarial. La moral, entendida como reglas y códigos de acción es insuficiente para rendir cuentas de la ética en su sentido más originario dentro de la empresa. Foucault, (1984); en tal sentido, es menester la puesta en práctica de éste sentir filosófico. En la época contemporánea, el emprendedurismo puede representar un interesante paliativo para la desgastada economía mexicana, la cual presenta un panorama poco promisorio en el corto y mediano plazo, acrecentando los reclamos y el hastío de la sociedad, la cual cada vez más incrédula con el actual sistema gubernamental.

Sin embargo, los procesos de las incubadoras de empresas en los planteles educativos de nivel superior, que podrían ser un respaldo a la economía michoacana, de ordinario, caen en un marasmo burocrático, en un ir y venir de los jóvenes interesados al emprendimiento, hasta llegar al cansancio, que desalienta y reprime el optimismo, creatividad e innovación de los jóvenes emprendedores, cancelando cualquier posibilidad de concretar sus sueños, de ser empleadores.

En tal sentido, durante los años 2011 y 2012, se encontraban funcionando un importante número de incubadoras en la mayor parte de los planteles de educación superior en Michoacán, sin embargo, a principios del 2013, la gran mayoría de incubadoras, entraron en caos, dejando de recibir tutorados, quedando las áreas que fueron creadas exprofeso, como tristes elefantes blancos.

Los gastos para atender estas incubadoras de empresa, eran elevados, ya que se utilizaban servicios de asesoría de la capital michoacana, donde de forma recurrente, eran contratados profesionistas que al cobrar sus viáticos y asesorías, elevaban los costos para el plantel universitario, mostrando en lo general muy poco compromiso en concretar los objetivos de la incubadora, lo que desencadenó en vicios administrativos, que dieron al traste con dichos programas.

Así, Matsushita señala que cualquier negocio que abandona su misión real en la sociedad y hace de la acumulación de utilidades, su único objetivo, no puede ser defendido. La utilidad es de hecho, la recompensa que una empresa recibe de la sociedad por completar su misión exitosamente. Matsushita, (2000).

Con estos antecedentes, apremia reformar los procedimientos y esquemas formativos y retomar el programa de incubación de empresas, con objetivos claros y bien definidos. Deben mejorar las oportunidades para los jóvenes interesados, privilegiando aquellas características de los emprendedores como el vivir en valores, distinguirse por su alto sentido de responsabilidad, honestidad, compromiso; que tengan una absoluta y clara convicción para integrarse al mundo de los empleadores, rasgos que pueden ser perceptibles y comprobables sin mucha dificultad.

Con estos argumentos, es menester pugnar por el cambio de paradigmas, con nuevos esquemas para detectar a talentos valiosos, simplificarles los engorrosos e innumerables trámites de que son objeto, elevarles su autoestima y efectuar una adecuada selección de los más idóneos, es decir, desterrar la corrupción que ha venido permeando durante tantos años.

En ésta propuesta de efectuar cambios en el funcionamiento de las incubadoras de empresas, vale la pena privilegiar como aspectos de mayor valor, la connotación de los valores éticos y morales, su compromiso por alcanzar la meta de lograr su financiamiento.

La consideración de Pascal, (1623-1662) al decir, *El corazón tiene razones que la razón ignora*, es un elemento contundente que reclama la necesidad de programas viables y factibles, que abandonen la simulación de algunas instituciones.

Por su parte Rousseau, (1712-1778) reafirma lo anterior al plantear: *¿De dónde tomo mis reglas de conducta?. Las encuentro en mi corazón. Lo que siento que es bueno. Lo que siento que es malo, ¿es malo? La conciencia es el mejor de los casuistas.*

Con relación al concepto de ética, que proviene del griego *ethkós*, que viene de *ethos* para significar costumbre, hábito, aspectos consuetudinarios.

La ética tiene que ver con las acciones buenas o acciones que la sociedad percibe como inadecuadas, por lo que la responsabilidad que tienen las empresas, infiere un gran compromiso con su práctica, al recordar que una empresa, se debe a la sociedad, debe generar confianza y credibilidad en los productos o servicios que ofrece.

El término emprendedor es derivado de la palabra francesa *entrepreneur*, comúnmente usado para describir a un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento.

Emprender, significa, salir de la zona de confort, enfrentar retos, desafíos, buscar algo diferente. Templar, (2006), p.60

El acto moral, por lo que toca al agente, se consuma en el resultado, es decir, en la realización del fin perseguido. Sánchez, (2006) p. 68

Requiere que el emprendedor, haga lo que quiere con gran convicción, sin la dependencia de sus padres, tomarse las cosas muy en serio en busca del éxito. Savater, (2005), p.49

Por otro lado, la moral que deriva de la voz latina *mor-moris*, que se traduce como costumbre, conducta, es la forma de vida de los individuos, basada en la práctica de las buenas costumbres.

La teoría del amor es un ingrediente más de las formas más sobresalientes del espíritu sintético que anima la filosofía de Platón,... el amor unifica a los contrarios. Robin, citado González, (1997), p. 71

Para Joseph Alois Schumpeter, los emprendedores son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios.

Por su parte Peter Drucker, sugiere que un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso.

En tanto que Howard Stevenson considera que el emprendedurismo es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente, cambiar el statu-quo.

El emprendedurismo, es representado cuando un universitario aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente. (Anzola, 2003).

Un rasgo complementario y determinante en la personalidad de un emprendedor, es el liderazgo ético que según Ciulla (1998), puede definirse como la capacidad de promover continuo progreso, desde una predisposición al cambio creador y una visión compartida que ilusiona y mueve a las personas hacia las metas deseadas en cada momento.

Por otra parte, la responsabilidad social entendida por Navarro (2009), como el grado de obligaciones que la organización asume a través de acciones que protegen y mejoran el bienestar de la sociedad a medida que trata de alcanzar sus propios objetivos, es la forma en cómo afecta a la comunidad.

Si una organización es socialmente responsable cumpliría las siguientes obligaciones:

- a) Incorporar objetivos sociales a sus procesos de planeación.

- b) Aplicar normas comparativas de otras organizaciones a sus programas sociales.
- c) Presentar informes a los miembros organizacionales y a los socios sobre los progresos de la responsabilidad social.
- d) Experimentar diferentes métodos para medir el desempeño social.

Para Martin de Castro (2008), la ética tiene como propósito el fomento de la reputación corporativa que promueva admiración, valoración, además de la confianza que incentive la credibilidad para el posicionamiento que determine preferencia por parte del público. Para que la ética sea sostenible requiere de la práctica social y para que la responsabilidad de la empresa sea autentica, necesita de las fundamentaciones éticas.

En este sentido, Heifetz (1999), sostiene que el liderazgo ético es un concepto ambiguo que incluye diversos elementos. Resulta útil distinguir entre la ética de un líder individual y la ética de los tipos concretos de conducta de liderazgo.

Existen varios criterios para juzgar la ética de los líderes individuales, incluyendo los valores, la etapa de desarrollo moral, las intenciones conscientes, la libertad de elección, el recurso a una conducta ética o inmoral, y los tipos de influencia que utiliza una persona. Los líderes famosos suelen tener una combinación de fortalezas y debilidades respecto a estos criterios.

Por su parte Yarce, (2005) expone que el liderazgo ético es la capacidad de influir, motivar, organizar y llevar a la acción para el libre logro de sus fines y objetivos, a las personas, grupos y sociedades, en un marco de valores.

El liderazgo es un potencial que se realiza de muchas maneras y en situaciones muy diferentes. Está muy relacionado con el cambio y con la transformación a nivel personal o colectivo.

Características del emprendedor efectivo

No todos los emprendedores son iguales, sin embargo algunos de los rasgos esenciales que deben poseer para alcanzar sus objetivos serían: Los valores, las virtudes y actitudes. Destacan; la honestidad, responsabilidad, solidaridad, trascendencia, compromiso, creatividad e innovación, valores que deben administrarse de forma adecuada.

Algunos de los factores que impulsan el emprendimiento, se fundamentan en la teoría de los recursos, que señala que para competir y obtener buenos resultados, son determinantes los recursos tangibles e intangibles de la empresa y destacan: su educación, experiencia, conocimientos, la percepción de oportunidades y de habilidades, ambiente de desarrollo, capital y expectativas que tengan acerca del futuro del negocio (Wernerfelt, 1984, Eisenhardt, 1996).

Al respecto Nietzsche inquiriere; porqué los escépticos desagradan a la moral?, su respuesta es de contundente lucidez: quien coloca muy alto su moralidad y la toma demasiado en serio, se encona con el escéptico en moral, ya que al poner toda su fuerza en juego, exige que se extasíen y no que examinen sus actos y se dude de ellos. Savater, (2008), p. 39

Fuera de las academias, pocos hablan de ideología y psicología, sin embargo las cuestiones sobre sociedad, el poder público y la propiedad, se agitan en todas esferas del universo. Los emprendedores, tienen el deber de prepararse y mantenerse actualizados profesionalmente, para prestar un servicio de calidad a la sociedad. Zamorano, (2005),p. 123

Sobre éste aspecto, es necesario aclarar el juicio moral sobre las acciones humanas, donde no siempre es fácil decidir cómo se actuará; se enfrentan dudas al momento de actuar en situaciones complejas, surge gran inquietud hacer algo mal y causarle daño a alguien, esto denota falta de firmeza en algunas obligaciones. Gómez, (2010), p. 39 Es imprescindible la consideración de que el comportamiento de los jóvenes de hoy, está lleno de modelos de comportamiento, que se repiten en masa, las mismas actitudes hacia ciertas realidades, fenómenos producidos por las masas, de las que son parte importante. Carmena, (1995)

La actual época del consumismo, donde todos pretenden imitar un modelo de comportamiento, capturado a través del televisor, del cine, la publicidad, la prensa, etc. que crea prototipos de comportamientos, moda, slogans, que al final, carecen de razones objetivas. Carmena, (1995), son claros destellos de la falta de conocimiento de sí mismo.

a) Deberes del emprendedor para consigo mismo.

Igual como un gran recorrido inicia al dar el primer paso, de igual manera un buen emprendedor profesional, inicia cuando decide acatar los deberes que tiene para consigo mismo. Torres, (2010), p. 158

Para ello el individuo debe amarse y respetarse, conocerse así mismo, cuidar su propia conservación, evitando excesos y extravíos, cuidar la salud, controlar las emociones a través del imperio de las virtudes como la continencia, la paciencia y tolerancia. Ibid, 158

b) Deberes para con la profesión

No equivocarse en elegir el emprendedurismo, que en delante será su inseparable compañero, que deberá respetar y cuidar con prudencia.

Disponer de las habilidades que esto requiere; dedicarse con esmero, disciplina y talento.

Mantener una permanente actualización científica y tecnológica, para su debida aplicación.

Guardar el secreto profesional y cultivar los valores y practicar las virtudes en el ejercicio de su actividad, buscando una remuneración justa y efectuar inversiones importantes a su recurso humano, a fin de garantizar las condiciones esenciales para el desarrollo de su personal.

c) Deberes para con sus colegas

Evitar la obtención de ventajas indebidas sobre sus similares del sector empresarial, abstenerse de hacer pronunciamientos que descalifiquen a su competencia, respetar el ejercicio de la profesión o actividad de otras empresas y generar un clima de confianza, que propicie el trabajo en equipo y la posibilidad del crecimiento de su personal.

d) Deberes para con los usuarios

Son su propia responsabilidad y se debe a la prestación de servicios o entrega de productos de alta calidad a un costo competitivo, por tanto, debe responder a las necesidades de su sector, poniendo al alcance de sus usuarios, todas sus capacidades, saberes y desarrollar su actividad con alto grado de profesionalismo, donde el cliente reconozca que sus necesidades fueron satisfechas más allá de su expectativas.

e) Deberes para con sus proveedores

Cerrar tratos y contratos de beneficio mutuo.

Cubrir los pagos en tiempo y forma.

Buscar proveedores con suficiente solvencia moral, tecnológica y financiera.

Responder a la confianza de sus proveedores.

f) Deberes para con la sociedad

Coadyuvar con el cuidado ambiental, cuidar el equilibrio entre sus intereses financieros y los de sus trabajadores, reduciendo esa brecha que ha sido causa de innumerables conflictos a través de los años.

Cumplir con las características de los productos que publicita.

Ilustrar a su clientela de forma fehaciente, respecto a los productos que está adquiriendo.

Lograr el éxito comercial fundado en los valores y el respeto a las personas, a su comunidad y al medio ambiente.

Cumplir con prontitud, equidad y de buena fe, los compromisos de su establecimiento, atendiendo los aspectos impositivos, crediticios, con calidad, precio y servicio.

Contribuir de forma efectiva, al dinamismo de la vida cultural de su entorno social.

Ideas morales y carácter práctico

Las normas morales o leyes, positivas, son necesarias para salvaguardar el orden y la seguridad social. Berumen, Gomar y Gómez, (2001), p. 97

Todo individuo dispone de ideas morales, sabe discriminar del bien y del mal, enfrenta en sí mismo, resistencia a prescindir de la existencia del orden moral, sin embargo a menudo enfrenta dilemas que ponen a prueba la firmeza de sus convicciones éticas y morales.

Las ideas morales, no deben ser especulativas, deben ser prácticas y formar parte de la cotidianidad de un individuo, sin embargo deben ser reforzadas de manera constante, así, los jóvenes que inician el emprendimiento, sufren constantes tropiezos, virtud del ambiente contaminado que se respira en el país, los rasgos impetuosos que les distinguen, en función de su incipiente emancipación, los coloca vulnerables ante los embates de una sociedad con altos índices de corrupción y descomposición social.

La necesidad de observar reglas.

Los jóvenes en el ejercicio de sus facultades empresariales, deben sujetarse a un orden que impida la transgresión de la norma, que los conduzca a equívocos de carácter moral y ponga en entredicho su negociación.

Culturalmente este aspecto no es sencillo de cumplir, existe la prevalencia de acudir a salidas “fáciles”, sin reparar en las probables consecuencias del acto.

Perfil deseable del emprendedor

El emprendedor debe contar con la suficiente capacidad para incursionar dentro del mundo empresarial, lo cual puede lograr sin mucha dificultad, asistiendo a las asesorías programadas, debiendo ser estas, mejor definidas y más concretas, para generar credibilidad.

Debe además mostrar un serio compromiso de continuidad a su proyecto, es decir, que no tenga una participación eventual, lo que represente pérdidas para la institución que está efectuando una inversión.

Firmar una carta compromiso con la institución que le instruye y en su caso responder por sus actos cuando estos involucren y causen detrimento a la institución.

Contar con principios sólidos y actuar siempre dentro de la legalidad, evitando cometer abusos con su clientela.

Según Minniti (2010), el desarrollo de una empresa depende de factores personales (antecedentes, valores, actitudes o motivaciones) y de factores sociales (la cultura, el apoyo social y de la percepción que tiene el individuo sobre qué pensarán las personas con relación a que cree una empresa) (Krueger y Brazeal, 1994).

Enfoque de valores éticos del emprendedurismo

De acuerdo con Guédez, (2002), el término enfoque sugiere los criterios de focalización, acercamiento o evaluación de la acción de la ética. El esquema más tradicional indica que existen tres enfoques esenciales, que son:

- **Teológico** o ética de los propósitos y de los fines, que trata de la búsqueda e intenciones que proporcionan el impulso. Se concibe que lo correcto es lo que se hace con un determinado propósito y todo lo que se hace con un determinado propósito o todo lo que se aleje de esa dirección es incorrecto.
- **Deontológico** o ética de las normas; donde a partir de este criterio se piensa en los principios y reglas que pautan las conductas que determinan la naturaleza moral de los actos.
- **Pragmático** o ética de los resultados, donde se enfocan las consecuencias e impactos que producen las acciones; el tipo y grado de afectación que se produce en los otros como consecuencia de las acciones. En cuanto a la ética y las tendencias gerenciales, según el autor señalado anteriormente, se encuentran las siguientes:

- a) El tránsito de la planificación convencional a la planificación estratégica, donde la primera es la relación de la realidad y aspiración y establece una secuencia de etapas separadas y diferenciadas entre el deber ser, el poder ser y el tender a ser; se inspira en predicciones y certezas. Mientras que la planificación estratégica establece una mediación entre lo que se aspira y lo que se hace, se anticipa a los escenarios y se perfilan planes de contingencias, con esto se quiere decir que se apoya en la incertidumbre y la previsión de alternativas.
- b) Énfasis en las ventajas competitivas, basado en el conocimiento y en el dominio tecnológico, las cuales están siendo superadas por las ventajas cooperativas ya que cualquier relación de confrontación generalmente desemboca en una dinámica de ganar o perder, con lo cual a la larga promueve otro desenlace similar, puesto que la cooperación es más importante que las luchas tradicionales en las cuales el ganador se lo lleva todo. Al combinar lo competitivo con la cooperación se obtienen acepciones más flexibles y abiertas y se hace referencia a las responsabilidades éticas.
- c) La gerencia de instrucción y la gerencia de los valores, ambas han reflejado un desenvolvimiento gerencial pasando por diversos procesos, donde la instrucción va desde el peso directivo a la fiscalización de órdenes y la de valores va más allá de la gerencia estratégica, porque se enfatiza en lo que hay que hacer y se impone para hacerlo con lo que se tiene y con lo que se sabe.

- d) Noción de capital tangible hacia la prioridad del capital intangible; Es objeto de reflexión, al relacionar el dominio de información y la consolidación de conocimiento.

Hipótesis: La práctica cotidiana de valores de los jóvenes universitarios, facilita la tarea del emprendedurismo y garantiza mayores probabilidades de éxito.

Presencia latente de oportunidades

Las oportunidades siempre están presentes, sin embargo la función del emprendedor es saber reconocerlas (Drucker, 2007). La percepción de oportunidades se mide con consultas a la población adulta, sobre si percibe que en los dos trimestres, se presentarán buenas oportunidades para iniciar un negocio en la región en donde vive (GEM 2013).

Dettienne y Chandler (2007) y Guzmán y Rodríguez (2008) encuentran que los individuos, utilizan distintas formas de identificar oportunidades ya que cada uno tiene distintos cúmulos de conocimientos y percepciones.

En países subdesarrollados, a pesar de la falta de igualdad de oportunidades de financiamiento para la creación de nuevas empresas, muchos jóvenes siguen emprendiendo (Quevedo, 2010).

Temor al fracaso

El miedo al fracaso empresarial en México, es uno de los principales obstáculos que enfrenta la sociedad, aspecto que no logra evadir la comunidad universitaria.

Cobra gran influencia su formación cultural y familiar, sin descontar el aspecto económico del emprendedor, factor que disminuye de manera importante a medida que aumenta el nivel de desarrollo de los países (Kelley et. al., 2013).

En el proceso del emprendimiento no solamente existen historias de éxito, al dar un seguimiento puntual, pueden detectarse toda una serie de fracasos.

Los programas universitarios de incubadoras de empresas, deben brindar mayor certeza a los jóvenes interesados en crear su propio negocio.

Debe existir una mayor transparencia en el manejo de recursos para tal fin, evitando los engorrosos trámites, por los que deben pasar los nóveles empresarios, que les motive a culminar con sus proyectos.

Fuentes de financiamiento

Las principales fuentes de financiamiento de un nuevo negocio provienen de inversionistas formales (préstamos bancarios), informales (personas que suelen tener una relación familiar, de amistad o de relaciones de trabajo con el emprendedor, actúan de forma desinteresada y suelen invertir cantidades pequeñas sin esperar un retorno específico) (Riding, 2008).

Sobre este aspecto, es importante destacar la necesidad de flexibilizar los requisitos, para los jóvenes que están cumpliendo a cabalidad con los programas de capacitación, estableciendo niveles que permitan alcanzar oportunidades para quienes cumplen con el perfil.

Actualmente en el ámbito universitario, se somete a un profundo desgaste a los aspirantes, se les mide con la misma tabula rasa, lo que representa un inadecuado procedimiento, sobre todo para aquellos que verdaderamente tienen el interés por crear su propia empresa.

Metodología

La presente investigación se basa en un análisis de las principales causas que inhiben la actividad del emprendedurismo, destacando las prácticas gubernamentales y universitarias que dificultan la concreción de resultados de los jóvenes emprendedores. La falta de credibilidad y compromiso de algunas autoridades universitarias y desde luego, los puntos débiles que presentan algunos de los aspirantes a ser empleadores.

Conclusiones

En esta investigación se ha presentado un análisis cuantitativo sobre los factores personales y sociales que influyen en el emprendimiento universitario.

Los resultados indican que los factores personales y culturales, como el miedo al fracaso y los factores sociales como la tasa de inversión formal e informal, tienen en la actualidad, un efecto negativo en los emprendedores universitarios, situación que puede revertirse con un nuevo enfoque del emprendimiento.

En México existe gran potencial para iniciar nuevos negocios, sólo hace falta darle un tratamiento más asertivo a la capacitación y promoción de universitarios, mayor flexibilidad de las instituciones fiduciarias, generar credibilidad y certeza para el sector juvenil, manejo de un lenguaje claro y concreto, presupuestos tangibles de los gobiernos federal y estatal.

Existe gran tendencia para avanzar en el tema del emprendedurismo en México, importantes estudios así lo dejan ver. (Guerrero et. al., 2014; Monjarás et. al., 2010). Así mismo, estos resultados permiten avanzar en el conocimiento de la actividad emprendedora en el país.

Referencias

- Aristóteles (1981). *Ética Nicomaquea. Política*. Novena edición. Colección "Sepan cuantos". México, Porrúa.
- Berumen de los Santos, Gomar Ruiz y Gómez Danés. *Ética del ejercicio profesional*, Ed. Grupo Patria Cultural, Nuevo León, 2001.
- Cantero, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, Ed. CEMPRO, México, 2005.
- Carmena, Miguel. *Ética para Pancho. Al rescate de los valores de los jóvenes*, Ed. Diana, México, 1995.
- Carreño, Manuel Antonio. *Manual de urbanidad*, Venezuela, 1853.
- Castro, G. (2008), *Reputación empresarial y ventaja competitiva*. Ed. ESIC. Madrid.
- Chávez, Martha Alicia, *En honor a la verdad. El autoengaño y la autenticidad*, Ed. Grijalbo. México, 2008.
- Ciulla, J. (1998). *Ethics, the hart of leadership*. Preager publishers. Library of the congress. Washington.
- Foucault, M. *Historia de la sexualidad. Tomo II*.
- Foucault, Michell, *Histoire de la sexualité 3: Le souci de soi*, 1984, Ed. Gallimard.
- Gómez Navas Eduardo, *Ética y Valores I* Ed. McGraw Hill, México, 2010
- González Valenzuela Juliana, *Ética y Libertad*, Ed. Fondo de cultura económica, UNAM, México, 1997.
- Guédez, V. (2006). *Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial*. Ed. Planeta
- Heifetz, R. (1999). *Leadership without easy answers*. The Belknap press of Harvard University Press. Cambridge, Massachussets, USA
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
- Matsushita, K. *Mi filosofía administrativa*, Ed. Castillo, México, 2000
- Navarro, F. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica en la empresa*. Editorial ESIC. Madrid.
- Rodríguez, A. María del Carmen. *Sobre Ética y Moral*.
- Sánchez Vázquez Adolfo, *Ética*, Ed. Debolsillo, México, 2006
- Savater, Fernando, *Ética para Amador*, Ed. Ariel Aula, Barcelona, 2005
- Savater, Fernando, *Invitación a la Ética*, Ed. ANAGRAMA, Barcelona, 2008.
- Templar Richard, *Las reglas de la vida. El código definitivo para una vida feliz*, Ed. Pearson Prentice Hall, Madrid, 2006
- Torres, Hernández Zacarías, *Introducción a la ética*, IPN, Ed. Patria, México, 2010
- Yarce, J. (2005). *El poder de los valores en las organizaciones*. Ediciones Ruz. Primera edición. Mexico.
- Zamorano García Enrique, *Ética Profesional*.