

El posicionamiento emprendedor de los alumnos de la Licenciatura en Administración: una reproducción de su espacio social, cultural y económico

Juan Luis Reyes Cruz

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior Tepeji

jlreyes_13@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo es describir la relación que guardan, por un lado, el perfil en la realidad (aspectos de orden social que abarcan características socioeconómicas, culturales, familiares, vocacionales, en cuanto a la elección de carrera, desempeño académico, etc.), con el logro del rasgo denominado "perfil emprendedor" de los alumnos de la Licenciatura en Administración de la UAEH, Escuela Superior Tepeji. En este caso se expone la metodología aplicada, los instrumentos de investigación, y los resultados preliminares de la investigación, los cuales ofrecen un panorama de la problemática específica del perfil emprendedor de los alumnos en Administración.

ABSTRAC

The main objective of this paper is to describe how they relate, on the one hand, the profile in reality (social aspects encompassing socio-economic, cultural, family, vocational, in terms of career choice, academic performance, etc.), with the achievement of the feature called "entrepreneurial profile" of students in the Bachelor of Management UAEH, Escuela Superior Tepeji.

This paper presents the methodology, research tools, and the preliminary results of the investigation, which offer an overview of the specific problems of the entrepreneurial profile of students in Management.

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en general y la Escuela Superior Tepeji en particular, plantean en sus documentos rectores como una de las características y rasgo particular que, el profesional egresado sea emprendedor¹.

Curricularmente, en la Licenciatura en Administración, al menos dos asignaturas interpelan directamente la supuesta formación de dicho rasgo.

El interés en este trabajo por estudiar a los emprendedores es producto tanto del desarrollo profesional en la Administración, como de la formación profesional en la educación. Esta posición se puede analizar poniendo a prueba la adquisición de ciertos rasgos sociales, culturales y económicos a lo largo de la formación. Esto conlleva la necesidad de buscar respuestas a los siguientes planteamientos; ¿se puede o no formar un perfil emprendedor en una universidad pública específica?, ¿con qué serie de rasgos sociales, culturales y económicos específicos?; ¿qué influencias han tenido en su formación?; ¿si los alumnos eligen crear una empresa o trabajar como empleados?; dichas preguntas son el gran reto en la construcción de este documento. Este trabajo representa la actualización de una investigación realizada en 2008, se aplicaron nuevamente los instrumentos de recolección de datos y se actualizó la revisión literaria sobre el fenómeno emprendedor y se agregó un breve análisis de la perspectiva laboral actual.

Revisión Literaria del fenómeno emprendedor

Haciendo una revisión sobre el estado actual del tema de interés, se encuentra una gran variedad de investigaciones sobre el fenómeno emprendedor; así, se tiene el estudio de Bergoening y Repetto (2006) quienes estudian cómo la productividad de factores es una parte fundamental del crecimiento económico agregado, y determinan que las reasignaciones de recursos son la principal fuente de crecimiento de la productividad ya que las firmas se hacen más eficientes.

¹PDI-2006-2010, Misión del Escuela Superior Tepeji: Impartir educación media superior, profesional media y superior; realizar investigación ; crear y difundir la cultura, el deporte, la ciencia y la tecnología; vincular las funciones sustantivas al interior y con el entorno social y productivo, mediante programas educativos acreditados y asociados a proyectos de investigación que impulsan el desarrollo regional, nacional e internacional; en donde la formación integral, el espíritu emprendedor y el compromiso del estudiante con la sociedad son la prioridad.

Otra referencia importante es un trabajo que analiza las condiciones que influyen en el emprendimiento de Thurik, Uhlaner y Wennekers (2002), en el que se argumenta que la tecnología, el nivel de desarrollo económico, la cultura y las instituciones, influyen fuertemente en las oportunidades para emprender y aumentan la propensión al emprendimiento.

Un aporte trascendental para este tipo de estudios es “El perfil psicosocial del emprendedor”, un estudio desde la perspectiva de los emprendedores por Juan Antonio Moriano, Enrique Trejo y Francisco J. Palací (2001)(universitario, 2001) que ofrece una tendencia a que los emprendedores están inspirados por unos tipos de valores más individualistas como, por ejemplo, el hedonismo. Además, se obtienen diferencias significativas en los valores específicos de la escala de Schwartz como; la libertad, disfrutar de la vida, un mundo en paz, amistad verdadera, reciprocidad de favores y orden social; según las cuales, los emprendedores puntúan más alto en dos valores individualistas (libertad y disfrutar de la vida) y en dos valores mixto (amistad verdadera y reciprocidad de favores), y puntúan más bajo en el valor colectivista de orden social. En este sentido se puede interpretar que una de las razones por las cuales los emprendedores crean su propia empresa o trabajan de forma independiente sería realizar aquello que realmente les agrada.

También son muy relevantes los trabajos que en conjunto hicieron España, República Checa y Bulgaria en donde se realizó un estudio descriptivo de los emprendedores por Juan A. Moriano de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (España); M^a Luisa Sánchez, CEPA “Los Rosales” de la Comunidad de Madrid (España); y Francisco J. Palací (Palací, 2004) de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (España), cuyo principal objetivo se centró en describir las principales características psicológicas y socioeconómicas que rodean al emprendedor (valores, competencias, metas laborales, dificultades, etc.) para poder diseñar posteriormente programas de formación que sean realmente efectivos a la hora de iniciar una aventura empresarial dentro de la Unión Europea.

Un estudio mucho más regional, pero muy significativo es “Perfil del Emprendedor Gijonés 2000-2002 por el Ayuntamiento de Guijón” (2005)(Perfil Emprendedor, 2000) que determina que la decisión de trabajar por cuenta propia tiene una relación directa

con las expectativas de éxito del emprendedor y no tanto por la exigencia del ambiente laboral. Dichas expectativas serán mayores cuanto más se conozca el mercado y el conocimiento se adquiere estando dentro del mismo, es decir, habiendo ejercido alguna actividad laboral.

En el estudio de Arenius y Minniti (2005) se investigan las variables que están correlacionadas con la decisión de emprender, utilizando datos para 28 países. Se vincula el emprendimiento a variables demográficas, económicas y de percepción (estado de alerta a las oportunidades, el miedo al fracaso y confianza en habilidades propias). Se encuentra que estas últimas son todas significativas en la decisión de emprender, así como también, que son los hombres quienes tienen mayor probabilidad de emprender. Además se demuestra que existe una relación negativa con la edad, las personas que se encuentran trabajando tienen mayor probabilidad de emprender y hay una relación positiva con los ingresos y los años de educación.

Mientras que, Walevska López, Morelia Montilla y Militza Briceño de la Universidad de los Andes en Venezuela han analizado los rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública en 2007 (Uaemex), en el que consideran que el éxito de su actividad está determinado por las habilidades que posea y por las condiciones que le brinda el ambiente, donde el real aprovechamiento de las oportunidades del entorno suele estar influenciado por la formación académica recibida desde la universidad, a fin de materializar sus expectativas en el campo empresarial. Ardagna y Lusardi (2008) analizan los determinantes del emprendimiento en 37 países desarrollados y en desarrollo. Sus resultados demuestran que las características individuales como género, edad, y la situación dentro de la fuerza laboral, son determinantes significativos de emprendimiento. Así también, tener redes sociales y la actitud frente al riesgo son variables importantes a la hora de emprender. Finalmente, analizan características de la regulación en cada país y encuentran que desempeñan un papel fundamental en generar oportunidades para instalar una empresa.

En un sentido más acorde al trabajo, Pacheco, analizó los aportes de la sociología al estudio de la ciencia como proceso social y como producto cultural, estudio en el que considera que la interacción social y el intercambio de valores, ambos orientados por el

predominio de intereses, constituyen los mecanismos de producción cultural relativos al nivel de lo institucional. Los productos intercambiados y los procesos de interacción son, a su vez, el resultado de procesos de producción cultural anteriores, resultantes de las diversas instancias sociales (Pacheco, 2006).

2. Marco Contextual

En estudios previos se han podido identificar problemas propios de la carrera en Administración, los cuales generan una serie de interrogantes profundas, entre otras identificadas, se puede mencionar que; científicamente, es una profesión joven, se estudia en las universidades mexicanas desde escasos 60 ó 70 años que, en comparación con disciplinas como el Derecho, la Sociología, la Ingeniería, es muy poco tiempo. Esto ha ocasionado que no se tenga clara su posición dentro de la ciencia (García R. , 1995); todavía algunos autores debaten, inútilmente, si es una ciencia, una técnica o incluso un arte(Munch G. L., 2005). Esto ocasiona un problema de identidad y un conflicto sobre su cientificidad como disciplina, porque algunos teóricos de la Administración aún discuten su capacidad de demostración en la vieja tradición del pragmatismo del método científico, pero otros como Drucker afirman que esa discusión ha sido superada y que definitivamente es considerada una ciencia(Drucker, 1999).

En la práctica, otras disciplinas (ingeniería, contabilidad, etc.) desplazan en las actividades gerenciales a los administradores. Curiosamente estos profesionales en el ejercicio de su trabajo a menudo tienen que regresar a las universidades a tomar cursos o postgrados en Administración, para llevar a buen puerto su desempeño laboral. Lo anterior produce en el alumno de administración una gran incertidumbre sobre el lugar que ocupa en el mundo y particularmente en el campo laboral. Para 2012, según el Observatorio Laboral mostró que el número total de profesionistas ocupados en el país es de 6.6 millones de personas, datos de la ENOE².

Las carreras con mayor número de profesionistas ocupados son: Ciencias Administrativas (681 mil 900 ocupados), Contaduría (665 mil 800 ocupados) y Derecho (652 mil ocupados).

²Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE).

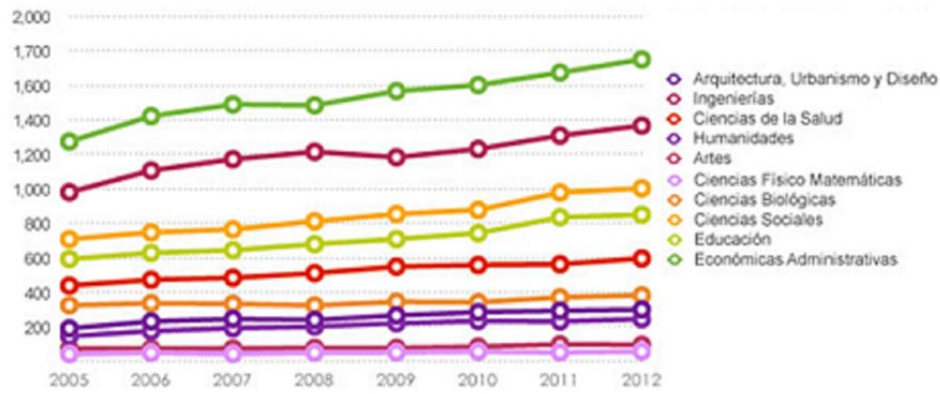
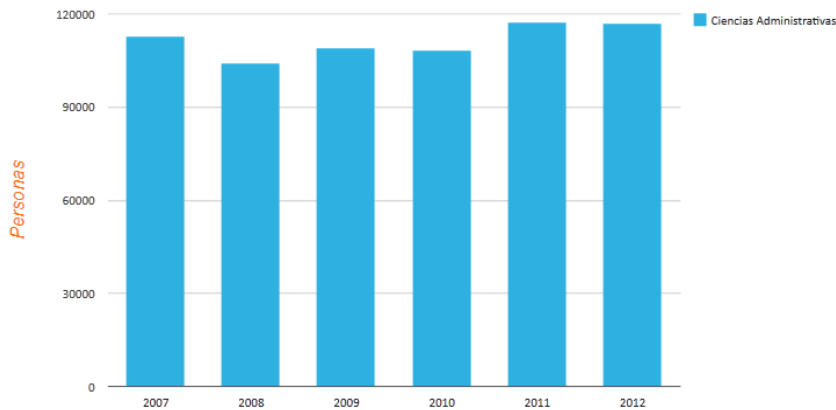


Gráfico 1. Profesionales Ocupados por Área de Conocimiento (Miles de Ocupados).

No obstante, no todos los profesionistas de estas carreras se ocupan en actividades afines a sus estudios: Ciencias Administrativas (49.6%), Contaduría (67.7%) y Derecho (68%).

La grafica 2 muestra que, con los años, más personas que estudiaron Administración, han encontrado trabajo, independientemente de que su trabajo sea acorde o no con lo que estudiaron.



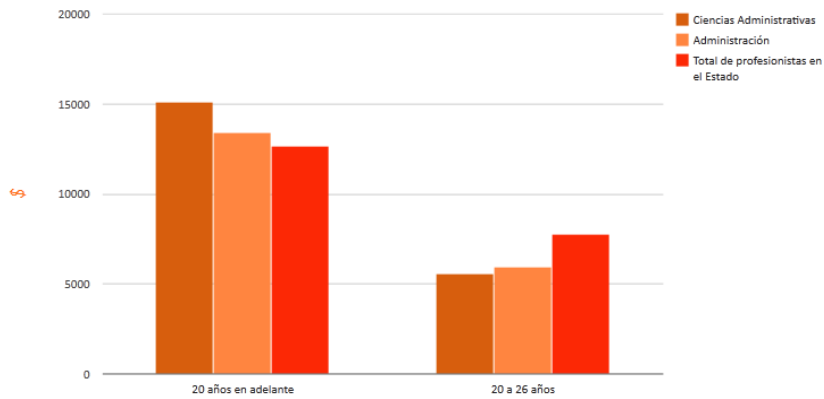
Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)

Gráfica 2. Personas con trabajo.

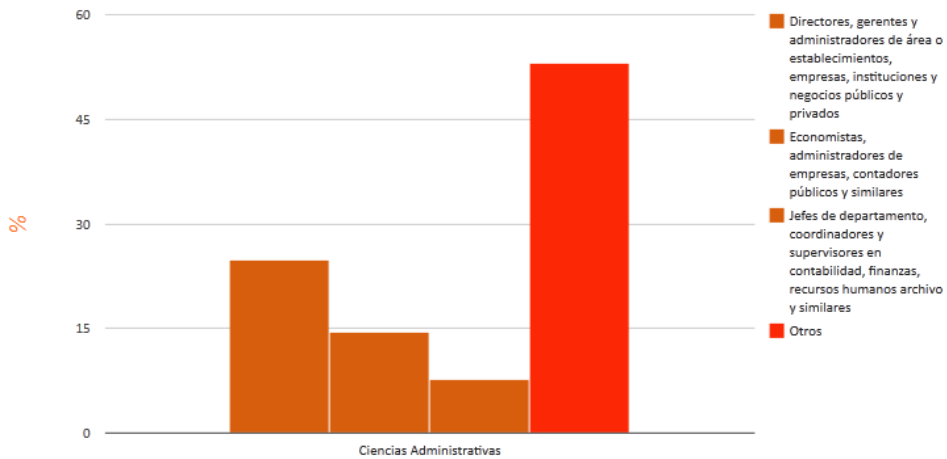
Esta gráfica compara el ingreso promedio mensual que ganan:

- las personas ocupadas que estudiaron esta carrera,
- los profesionistas que estudiaron carreras similares,
- todas las personas ocupadas que estudiaron una carrera profesional.

Asimismo, se presentan las mismas comparaciones de ingresos para las personas trabajando que tienen edades entre 20 a 26 años, grafica 3.



Grafica 3. Comparación de ingresos.



Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). STPS-INEGI.

Gráfico 4. Puestos administrativos.

Ante el panorama tan desolador de la carrera, en donde se identifica que los egresados tardan mucho en conseguir empleo, y cuando lo encuentran, a menudo son muy mal pagados o pasa mucho tiempo para mejorar las condiciones laborales, la idea de generar un proyecto productivo es una alternativa muy viable.

En este trabajo se busca dar cuenta de las prácticas educativas, en la UAEH, Escuela Superior Tepeji. La Escuela Superior Tepeji, que apenas ha iniciado actividades en

2002, representa un espacio en donde se puede observar el conflicto que representa formar administradores con una realidad laboral incierta y complicada. Esto representa conocer las posiciones que toman los alumnos que no encuentran espacio en las grandes empresas, que difícilmente van a encontrar empleo en menos de un año y que los puestos que pueden ocupar, están más cercanos al de un obrero que al de un director general o gerente, que se supone, es para lo que se forman.

Entre las alternativas que tienen los alumnos de la Escuela Superior Tepeji de la UAEH, al formarse en Administración, está la creación de Pequeñas y Medianas Empresas. La formación de emprendedores, de alumnos y egresados capaces de generar proyectos productivos viables es un tema de gran interés, tanto desde el punto de vista de una práctica educativa, como en la investigación educativa; analizar a un profesional en formación, que aparentemente no tendrá grandes oportunidades laborales en un país con tantos problemas en la generación de empleos, da mucho para cuestionar las prácticas educativas actuales.

Hasta aquí, la premisa parece ya considerada tanto por las universidades como por los gobiernos; si no hay espacios para ellos en las empresas, hay que ayudarlos a crear su propia empresa, parece ser la propuesta. Esto lleva la discusión al terreno de los creadores de empresas: los emprendedores. Se entenderá por “emprendedor” a aquel que “intenta crear un nuevo negocio o empresa, sea esto cualquier forma de autoempleo, una nueva organización de negocio, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, o grupos de individuos, o negocios ya establecidos”(Reynolds, 2003).

Lo que se pretende ilustrar es cómo operan en la práctica social estos rasgos en un espacio social singular y, cómo se genera una visión y división del mundo desde una toma de posición particular, la de ser administrador formado en la UAEH, Escuela Superior Tepeji. Así, la carrera de Administración, en tanto que práctica social, es a la vez entendida como espacio social en el que operan estrategias de producción y reproducción de posicionamientos sociales, lo cual nos permitirá identificar si dichos rasgos influyen o no, en la producción o reproducción del rasgo denominado “emprendedor”; esta operación funcionaría entonces, como la elección o posición particular de los alumnos de acuerdo a las características sociales que trae

incorporadas, produciendo y reproduciendo, en este caso exclusivo, el factor “emprendedor” o bien los factores de la falta de rasgos “emprendedores” que parecen típicos del administrador de la UAEH, de la Escuela Superior Tepeji en formación en la actualidad.

Es pertinente estudiar la relación entre la formación de administradores y el desarrollo de emprendedores dentro de las Instituciones de Educación Superior (universidades, tecnológicos, etc.) porque en la actualidad el desarrollo de las Pequeñas y Medianas empresas (Pymes) y el fomento a los emprendedores es muy importante en México (Secretaría de Economía, Fondo pyme, 2004-2007) derivado de una política económica que busca el fortalecimiento del mercado interno (Secretaría de Economía, Fondo pyme, 2004-2007), hoy alcanza niveles nunca antes vistos en financiamiento, apoyos, asesoría y capacitación. El gobierno invirtió 7,000 millones de pesos durante el 2012 (Esquivel Alatorre, 2012) para ello se han desarrollado los programas como: México Emprende, el Fondo Pyme, además de la consolidación de eventos trascendentes para el sector como la Semana Pyme, La Feria Internacional Franquicias y Expo Compras de Gobierno o los programas públicos de Estímulo a la innovación del Conacyt (Esquivel Alatorre, 2012).

El sector financiero y las empresas en general también están imbuidos en este proceso de coparticipación en políticas de fomento y desarrollo de Pymes y emprendedores; por ejemplo, la mayoría de las instituciones bancarias y financieras han desarrollado instrumentos para el fomento a las Pymes, o bien, las grandes empresas hacen alianzas a manera de ancla con empresas medianas y pequeñas a través de proveedores, intermediarios, etc. (Secretaría de Economía, Fondo pyme, 2007).

Las instituciones de educación superior no son ajenas a este fenómeno y su desarrollo, ya sean públicas o privadas, han creado mecanismos para brindar asesoría y capacitación en el desarrollo de emprendedores y sus proyectos productivos como parte de sus tareas sustanciales (Secretaría de Economía, 2007). Con varios años de experiencia en el tema el ITESM, la UNAM, el IPN (sistema., 2001), entre otras han creado incubadoras de negocios las cuales son el instrumento y mecanismo para dicho fin (Secretaría de Economía, 2007). En el caso de la UAEH desde 2001 cuenta con su

incubadora de negocios certificada por la Secretaría de Economía lo cual es un respaldo de que su modelo de incubación es de primer nivel (Reynolds, 2003).

Entre las tareas que enmarcan su función educativa se encuentran el desarrollo de egresados emprendedores, pero en los hechos, toda esta actividad de fomento y desarrollo de Pymes y emprendedores no ha dado los resultados tan importantes como se esperaba. En comparación con otras regiones, hasta el 2008 existían mil incubadoras en Norteamérica, 900 en Europa Occidental, 600 en el Lejano Oriente, 150 en el Este de Europa, 200 en América del Sur y 150 en África al 2007 (Secretaría de Economía, 2007), en América Latina Brasil, Chile, Argentina y México son los países más avanzados en las actividades de incubación: Brasil tiene 339 incubadoras, Chile tiene 19 incubadoras, Argentina tiene 26 incubadoras y México tiene 192 incubadoras (Secretaría de economía). La Pyme representan el corazón de la economía nacional, porque en números fríos son 98.2% de las firmas generadoras de 52% del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo como lo muestran recientes investigaciones que apunta a que en México, en promedio, cerca del 80% de las Mipymes fracasa antes de cumplir 5 años y 90% antes de completar la década (Esquivel Alatorre, 2012).

Todo lo anterior muestra un conjunto de diferencias en el ámbito social y educativo dignas de estudio; en lo social por las relaciones a través de las cuales se reproducen rasgos sociales, culturales y económicos que influyen o inhiben la formación de un rasgo “emprendedor”; y en lo educativo porque los problemas de formación requieren una atención pedagógica en cuanto que es la disciplina que estudia los fenómenos que ocurren en los espacios de formación, las escuelas, sean de educación superior o no. Por eso en esta investigación se buscan respuestas a las siguientes inquietudes que infieren un problema social y pedagógico:

- ¿Se puede formar un perfil emprendedor en una universidad pública?
- Si se da dicho perfil; ¿Cómo se da?, ¿En qué alumnos se da? ¿Qué características tienen dichos alumnos?, ¿Qué diferencias hay entre alumnos que son emprendedores y los que no?
- ¿Qué aspectos sociales, culturales y económicos se pueden describir en el desarrollo de emprendedores en una universidad pública específica?

- ¿Qué aspectos se pueden considerar como influyentes en la reproducción social y educativa de los alumnos para ser o no emprendedores?

Como se ha mencionado anteriormente el interés de este trabajo es saber si se puede formar un perfil emprendedor en una Universidad pública y como se da este perfil, para contestar estas cuestiones es necesario hacer una revisión sobre las referencias tema. Existen diferentes opiniones respecto a lo que se entiende por emprendimiento, y por lo tanto, distintas definiciones para identificar a un emprendedor. En primer lugar se tienen algunos estudios que consideran sólo la dimensión de propiedad de una empresa o negocio para definir emprendimiento (Benavente, 2004), otras investigaciones señalan que además, se debe incluir la dimensión de innovación (Benz, 2009), así como también una dimensión de riesgo o incertidumbre (Van Praag, 1999).

Algunos autores cuyos estudios de emprendimiento consideran la dimensión de propiedad de una empresa son Benavente (2004) en cuyo trabajo define a los emprendedores como aquellos individuos dueños de empresas jóvenes – entre 3 y 10 años-, que tienen entre 15 y 300 trabajadores, y los autores Arenius y Minniti (2005) quienes utilizan una definición de emprendimiento naciente, que identifica a los individuos que están tratando de empezar un nuevo negocio, que durante los últimos 12 meses han realizado acciones para empezarlo, y que serán dueños de la totalidad o parte del negocio.

Para la dimensión de innovación se encuentra que un *emprendedor* es “una persona con capacidad de innovar; entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” (Mipymes). Por su parte, Baumol (1993) establece que los emprendedores son aquellos productores que introducen por primera vez un bien o una nueva combinación de factores, y por lo mismo, obtienen un poder monopolístico temporal.

Quien introdujo por primera vez el término de riesgo para definir el emprendimiento fue Knigh (1971), quien describe a los emprendedores como un subconjunto de productores, que dirigen y controlan la producción bajo un escenario de incertidumbre. Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera por ejemplo mencionan que, *empresario* es "una persona, entidad o grupo de personas que independientemente o

asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales (dichas motivaciones pueden ir desde la satisfacción de hacer las cosas por sí mismas, hasta alcanzar cierto tipo de poder o distinción social), decide asumir un riesgo en la realización de una actividad económica determinada y en la cual aspiran a tener éxito" (Pallares, Romero, & Manuel, 2005).

En conclusión, el alumno que toma la iniciativa de comenzar un proyecto y ejecutarlo, a pesar de los riesgos que deben asumirse, lo orillan a convertirse en un empresario, que es el camino alternativo que se propone en esta trabajo para el caso de los estudiantes en administración que no encontraran trabajo de nivel gerencial en una primera instancia.

Metodología

Este trabajo se realizó a través de los siguientes pasos en su desarrollo:

- En primer lugar se hizo una revisión literaria del fenómeno emprendedor para conocer el Estado del Arte y conocer los principales conceptos del fenómeno a estudiar.
- Se realizó un marco contextual para conocer las perspectivas laborales en México.
- Se ubico el sustento Teórico Epistemológico de Pierre Bourdieu para explicar fenómenos sociales y educativos, en este caso el fenómeno emprendedor.
- Se diseñaron un instrumento y se aplicó a 41 estudiantes de la licenciatura en Administración, y una encuesta a profundidad que también se aplicó entre los alumnos de la Escuela Superior Tepeji, UAEH.
- Se analizaron los datos, se obtuvieron resultados y se plantearon conclusiones.

Sustento Teórico Epistemológico

El presente trabajo se sustenta en la posición teórico – epistemológica de Pierre Bourdieu sobre la reproducción social y educativa a través del análisis de los conceptos: campo, capital y práctica social (García C. , 1990), la cual ha sido usada por diversos investigadores para estudiar prácticas sociales en las que la atención se centra

en analizar cómo una parte del capital cultural puede adquirirse en la escuela y en las instituciones de educación superior, y a través del cual se reproducen esquemas de clase en campos sociales específicos.

En el interés de estudiar las prácticas educativas desde el punto de vista de lo social, hay que empezar diciendo que para Bourdieu, “el universo social es el sitio de una competencia sin fin y sin piedad, en el cual y a través del cual surgen las diferencias que son la materia del reto de la existencia social” (Jiménez I. , 2005). Como se evidencia en muchos de sus trabajos, la suya no es una teoría utilitaria de la acción social en la cual los individuos conscientemente hacen estrategias para acumular riquezas, estatus o poder. Es más bien quizá, un instrumento, un método en primera instancia para acercarse a casi cualquier problema social, sea cultural, económico, o educativo.

Se intenta seguir lo más cerca posible muchos de sus postulados para que el análisis sea, sino el más completo, si el más reforzado a la luz de una metodología ya muy puesta a prueba a lo largo de su vasta experiencia en estudios sociales. Por ejemplo, él reafirma la *jerarquía epistemológica* que subordina el registro empírico a la construcción conceptual, y a su vez la construcción conceptual a la ruptura con la percepción ordinaria. Aquí, se trata que como a Bourdieu, también sea útil “la medición estadística, la crítica lógica y lexicológica y la genealogía de conceptos y problemáticas” (Bourdieu P. , 1997), porque “son tres elecciones de instrumentos para efectuar el necesario rompimiento con la *sociología espontánea* y para actualizar el *principio de inconsciencia* según el cual la causa de los fenómenos sociales ha de hallarse no en la conciencia de los individuos sino en el sistema de relaciones objetivas en las cuales están imbricados” (Bourdieu P. , 1997).

Para realizar el análisis de los sistemas de relaciones, Bourdieu forja un arsenal conceptual original anclado en las nociones de habitus capital y campo. En donde el habitus designa el sistema de disposiciones durables y transportables mediante las cuales se perciben, juzgan y actúan en el mundo.³ Desde esta perspectiva, se trata de

³El habitus es un viejo concepto filosófico, usado intermitentemente por Aristóteles (bajo un término *hexis*), Hegel, Weber, Durkeim, Mauss y Husserl, entre otros. Bourdieu lo recupera de un análisis de pensamiento del historiador del arte Erwin Panofsky, y lo ha refinado desde entonces, tanto empírica como teóricamente, en cada una de sus obras principales. (Bourdieu 1197^a, especialmente pp 158-193 y 247-279).

conocer la actuación de los estudiantes de Administración de la Escuela Superior Tepeji, y la relación que esto guarda sobre un rasgo de interés y que se denomina como rasgo emprendedor.

Como se pudo ver, los conceptos de *habitus*, capital y campo están así internamente ligados uno a otro en la medida en que cada uno alcanza su potencial analítico solo en conjunción con los demás. Juntos estos conceptos nos ayudan a elucidar casos de reproducción –cuando las estructuras sociales y mentales coinciden y se refuerzan mutuamente- así como la transformación- cuando las discordancias surge entre *habitus* y campo- lo que lleva a la innovación, la crisis y el cambio estructural (Jiménez I. , 2005).

Como se puede apreciar, la figura 1 muestra de manera efectiva el proceso planteado, en donde el espacio social entendido como campo remite a las condiciones sociales externas a los agentes en él ubicados, como el conjunto de condiciones objetivas que generan posiciones sociales particulares, con intereses e intenciones tanto las ligadas a esas posiciones como a las que se juegan de manera correspondiente a los intereses generales de ese campo en cuestión.

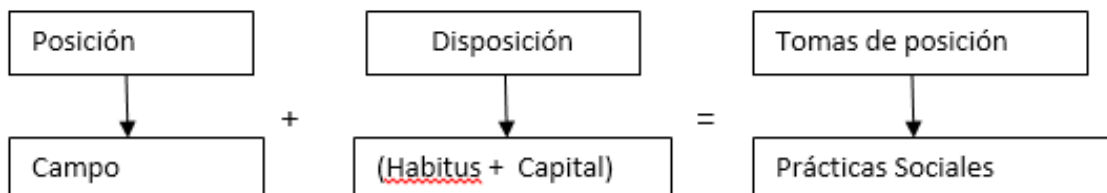


Figura 1. Proceso planteado.

Cuando los agentes que ocupan posiciones semejantes en un campo están expuestos a condiciones sociales similares, es muy probable que desarrollen el conjunto de actitudes subjetivas que Bourdieu llama *habitus*, que no son sino esas condiciones sociales externas cultivadas en un cuerpo, somatizadas, razón por la cual generan a la vez disposiciones también semejantes entre los ocupantes de dichas posiciones (Pinto, 2002).

En tanto que las posiciones son independientes de las personas quienes las ocupan, en sí mismas están estrechamente ligadas a los intereses individuales que significa dicho posicionamiento social. Al mismo tiempo, se encontraran intereses más genéricos en relación al campo mismo, en donde todos los participantes (jugadores) deben tener la idea común de que lo que se pone en juego está justificado por lo que se puede ganar u obtener en el campo en el que se juega. Así, pondrá en juego todos sus capitales invirtiendo con el fin de obtener el mayor beneficio, siguiendo y respetando las reglas del juego, en donde su posicionamiento está en función de las objetivaciones que hace desde la posición en donde se encuentra.

Para Bourdieu el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras (por ejemplo, la posición de autoridad en relación con la súbdito, la de patrón en relación con relación con la de empleado, la de burgués en relación con la de proletario, etc.) (Jiménez I. , 2005). Un sistema de diferencias sociales jerarquizadas como se puede notar por ejemplo en su libro “La distinción”, en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado.

Ya lo ha expresado más claramente Bourdieu, que “en las sociedades modernas, caracterizadas por un alto grado de diferenciación y complejidad, el espacio social se entorna multidimensional y se presenta como un conjunto de campos relativamente autónomos, aunque articulados entre sí: campo económico, campo político, campo religioso, campo intelectual, campo literario, etc. Un campo, por lo tanto, es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia entorno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios diferente a los de otros campos (Jiménez I. , 2005).

Algunos de los criterios usados fue conocer por ejemplo; si era su primera opción la carrera, si ya han tenido alguna experiencia anterior con la carrera, para tratar de conocer su posición sobre si al término de las carrera buscará emprender un negocio o no, éste último sirvió para cruzar ambas variables y así construir el espacio social, de forma tal que surgen **cuatro clases de estudiantes** en la licenciatura en Administración. Estos parámetros permiten la inclusión de los agentes sociales que

participan en su condición de alumnos, y no sólo focalizar aquellos que por algún motivo no veían como primera opción Administración, tabla 1.

Tabla 1. Alumnos con conocimiento y desconocimiento de que es la administración.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Teoría de Pierre Bourdieu.

A Alumnos que eligen administración y ya habían estudiado Administración.	B Alumnos cuya primera opción no era administración y ya habían estudiado Administración.
C Alumnos que eligen administración y no habían estudiado ni sabían sobre administración.	D Alumnos cuya primera opción no era administración y que no habían estudiado antes, ni sabían sobre administración.

3. Los instrumentos de investigación

El presente trabajo recurre al menos a dos fuentes para la obtención de información, en primera instancia se busca el mayor dato estadístico significativo posible en lo general, a través de la aplicación de una encuesta. Con esto se busca evitar la total subjetividad de la construcción y aplicación del siguiente tipo de fuente de información que fueron las entrevistas, ya que se ha identificado que cuando alguien se propone aplicar entrevistas, el criterio de selección del entrevistado es muy subjetivo. Esta es la razón por la que se decidió buscar un criterio más objetivo que ayudara a dar cuenta de la realidad a investigar, además de la opción que significa la opinión más subjetiva de los entrevistados.

La encuesta consiste en recabar información verídica y pertinente sobre un fenómeno social, mediante la aplicación y evaluación de un cuestionario. Con ella se busca recabar los datos (características) que parecen ser típicos (mayoritarios), generalmente para contrastar una hipótesis sobre el universo o la población estadística que se investiga (Dieterich, 2006).

También se utilizó como una herramienta conveniente el uso de “entrevistas cualitativas en profundidad” (Taylor & Bogdan, 1992), las cuales se entienden como “reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus

vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras”, y que se pretenden analizar de una manera más específica.

En consecuencia se decidió aplicar una encuesta que permitiera visualizar datos relevantes en la composición de aquellos *campos* o *espacios sociales* que hacen la diferencia entre un alumno y otro, o bien; valorar, en lo posible aquellas coincidencias en que permiten posicionamientos semejantes entre los sujetos sociales a estudiar.

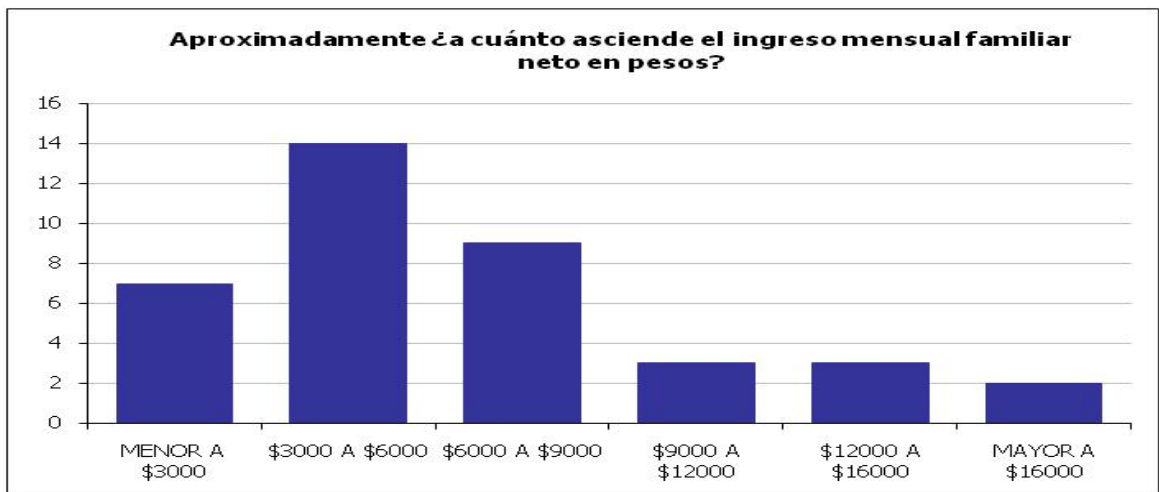
El cuestionario se aplicó a los alumnos de los semestres quinto, sexto, séptimo y octavo de ambos turnos distribuidos en cuatro grupos durante los inicios del semestre enero – junio 2013. De 120 alumnos inscritos formalmente al momento de la aplicación 41 lo respondieron por estar presentes, por lo que representa el 34% de muestra del total del universo. Estadísticamente una muestra mayor del 10 por ciento es muy pertinente para poder valorar representatividad en una población no mayor a 5000 personas (Dieterich, 2006).

El instrumento aplicado, concierne a un cuestionario de preguntas que iban enfocadas a indagar sobre la opinión que tenían sobre su desarrollo en la Universidad y fundamentalmente acerca del concepto “emprender” y “emprendedor” con respecto a *la imagen* que tenían sobre el administrador como profesional próximo a incorporarse al mercado laboral. Abarcó preguntas generales (género, nombre, edad, lugar de residencia, escolaridad de los padres, etc.) que permitieran la objetivación, así como específicas (el deseo de emprender un negocio propio, la idea que tiene sobre su futuro laboral, su experiencia laboral, la ocupación de los padres, etc.).

En este punto se relacionan los planteamientos teóricos con el análisis de datos empíricos; estos, dan luz a la posibilidad de relacionar lo propuesto principalmente por Pierre Bourdieu, sobre la reproducción social y educativa a través del análisis de los conceptos: campo, capital y práctica social (Cerón M. A., 2007), en las que la atención se centra en analizar cómo una parte del capital cultural puede adquirirse en la escuela y en las instituciones de educación superior, y a través del cual se reproducen esquemas de clase en campos sociales específicos. Hay que ubicar los “campos” en que se desenvuelven los individuos para caracterizar sus posiciones respecto a temas en particular, en este caso, la posibilidad de desarrollar un perfil emprendedor.

Los Datos: Factores Económicos

Para saber en qué campo están ubicados y se desenvuelven los alumnos de administración de la UAEH Tepeji, fue necesario conocer la determinación de los ingresos familiares, que se muestran en el siguiente gráfico donde se puede apreciar que las incidencias estadísticas permiten visualizar las pocas posibilidades reales al interior del seno familiar para los estudiantes en Administración, prevaleciendo un ingreso mensual de \$3000 a \$6000 y en segundo lugar menor a \$6000 a \$9000.



Fuente: Resultados de cuestionarios realizados en la Escuela Superior Tepeji, 2013

Gráfico 5. Distribución de los ingresos familiares mensuales.

Factores Sociales

Tanto “la *identidad* como el *habitus* son producto del mismo proceso de socialización y de existencia social” (Cerón M. A., 2007) en el que están inscritos los alumnos de ciencias sociales, esto también aplica a los alumnos de la carrera de Administración. De ello se desprenden las actividades de los alumnos inculcadas por amistades, por la escuela o la familia.

En el caso de los padres la encuesta arrojó que el 42.10% (padre) y 48.71% (madre) estudiaron la secundaria, y el 28.94% y 28.20% la primaria respectivamente, en el caso del nivel bachillerato representa el 21.05% en el caso del padre y 15.38% en el de la madre del alumno, siendo que una licenciatura en el padre es el 5.26% y de 5.12% en el caso de la madre, ello conlleva a que sea ligeramente mayor el nivel de estudios alcanzado por el varón al de la mujer en las familias de los estudiantes.

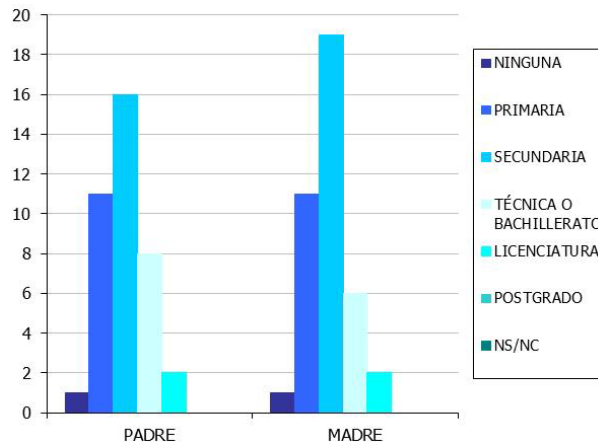
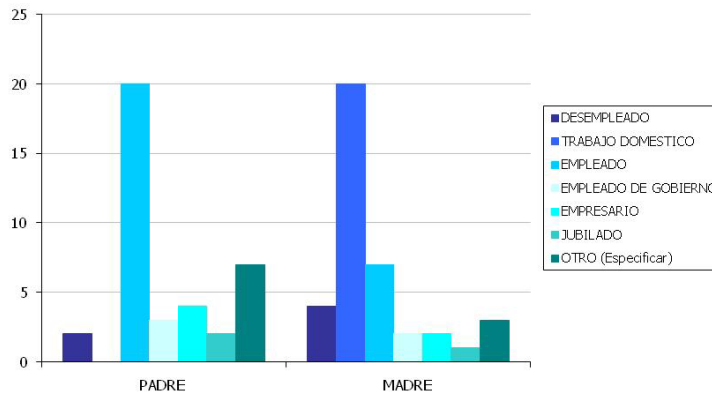


Gráfico 6. Distribución de escolaridad familiar.



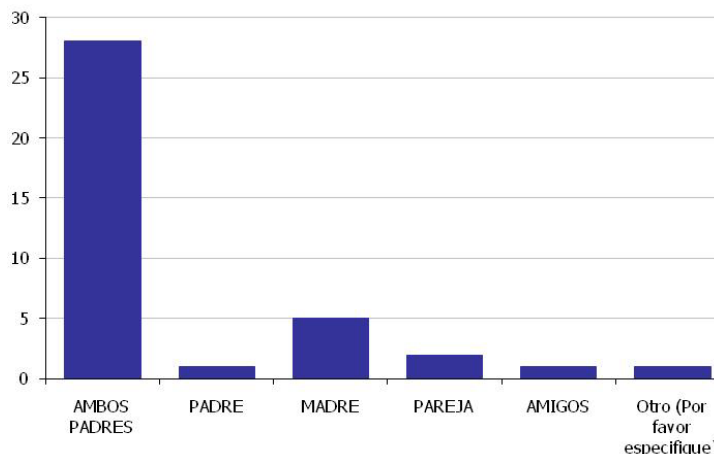
Fuente: Resultados de cuestionarios realizados en la Escuela Superior Tepeji, 2013.

Gráfico 8. Distribución de la ocupación del padre y la madre.

La ocupación de empleado por parte del padre se constituye por un 52.63%, en segundo lugar la opción de otro (Comerciante, chofer, transportista, chef, negocio propio, comerciante, peluquero y laboratorista) con el 18.42%, una tercera clasificación lo constituyen los padres empresarios con el 10.52%. Por lo tanto, se puede ver que hay una relación clara entre la escolaridad y la ocupación, donde predomina la primaria y secundaria así como la ocupación de empleado. Se van definiendo los campos en los que se encuentran los alumnos de administración de la UAEH Tepeji.

La ocupación predominante de la madre es trabajo domestico en un 52.63% y la ocupación de empleada en un 18.42%, concordando la relación entre escolaridad y ocupación. Se puede ver la semejanza de los datos con los encontrados en otros estudios sociales, pero de otras carreras en donde “la mayor inserción de la mujer al

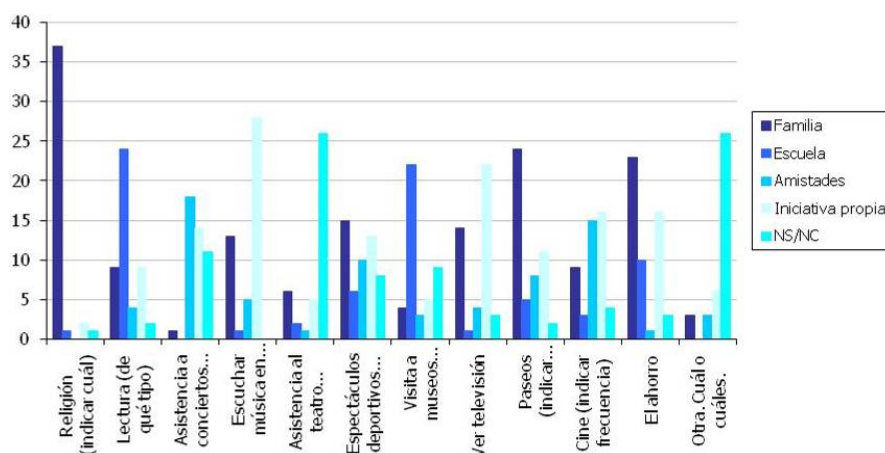
campo laboral así como el desvío de los valores comunitarios hacia los valores individuales sean factores que incidan en el deseo de los jóvenes por proseguir con los estudios superiores”(Cerón, 2007).



Fuente: Resultados de cuestionarios realizados en la Escuela Superior Tepeji, 2013.
Gráfico 9. Distribución de los familiares con quien vive el alumno.

Factores Culturales

Existen elementos que componen el capital cultural, el cual contempla “bienes, habilidades y títulos escasos” (Jiménez I., 2005) si se toma como bienes culturales aquellas actividades que refuerzan su riqueza cultural, aquello que leen, escuchan; sus actividades fuera de lo cotidiano.

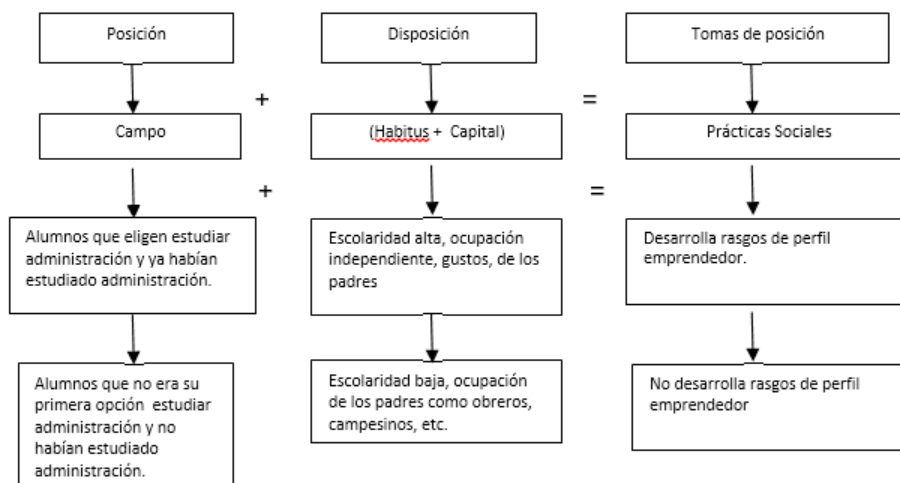


Fuente: Resultados de cuestionarios realizados en la Escuela Superior Tepeji, 2013.
Gráfico 10. Distribución de las relaciones que inculcan la lectura en el alumno.

El posicionamiento de los alumnos de la Licenciatura en Administración

Se puede definir al espacio social campo como el conjunto de condiciones objetivas que originan posiciones sociales definidas, con intereses e intenciones que hacen referencia a esas posiciones y que al mismo tiempo corresponden a los intereses generales de ese campo en cuestión. Cuando los individuos ocupan posiciones semejantes en un campo y tienen condiciones sociales similares, desarrollan un conjunto de actitudes subjetivas que Bourdieu llama *habitus*, que no son más que las condiciones sociales externas cultivadas, transformadas inconscientemente, que generan a la vez disposiciones semejantes entre los ocupantes de dichas posiciones.

En los esquemas siguientes se muestra más claramente el proceso de posicionamiento por parte de los alumnos de Administración con respecto al fenómeno emprendedor.



Fuente: Creación propia.

Figura 2. Modelo de análisis de alumnos ESTe, herramientas conceptuales de Pierre Bourdieu.

Como se muestra, el sistema de disposiciones que adquieren los alumnos depende de las posiciones que ocupen en la sociedad, esto es, de su particular patrimonio de *capital*; otro concepto manejado por supuesto generado en el pensamiento de Bourdieu; así, se puede encontrar que, el capital viene de tres especies principales: económico (bienes materiales y financieros), culturales (bienes, habilidades y títulos escasos) y sociales (recursos acumulados por virtud de ser miembro de un grupo). En el cuadro

anterior se ilustra la relación de dicho concepto con las posiciones de las que dan cuenta los estudiantes que se analizaron.

Estas posiciones se encontraron para la construcción de este artículo a través del análisis de diversos datos arrojados primero por una encuesta piloto, después en una encuesta más estructurada y por último, con el acercamiento a través de entrevistas con los estudiantes para que dieran cuenta de viva voz dichos posicionamientos.

Dicho análisis arrojó que los alumnos de administración de la Escuela Superior Tepeji en su mayoría no desarrollan los rasgos de un perfil emprendedor, es decir la posición que toman al respecto del desarrollo de dicho perfil es muy baja, esto se debe en primera instancia al campo en el que se desenvuelven, como se aprecia en el cuadro, son aquellos alumnos cuya primera opción no era estudiar administración y nunca habían estudiado administración, además de que sus padres mostraron bajos niveles educativos, bajos ingresos económicos y también empleos como obreros y campesinos.

En contraste, un mínimo de alumnos desarrollan rasgos emprendedores, y en ellos se aprecia que el campo en el que se encuentran es en el de aquellos que su primera opción fue estudiar administración, que ya habían estudiado anteriormente administración, además de que sus padres tienen como principales características un mejor nivel educativo, altos ingresos económicos y empleos en empresas, negocios propios o bien su propia empresa, se puede notar entonces que hay una relación entre el campo en el que se desarrollan, los capitales y hábitos que acumulan y las prácticas que de ello surgen, es decir, de las posiciones que toman al respecto de fenómeno emprendedor.

La posición de cualquier individuo, grupo o institución en el espacio social puede entonces ubicarse mediante dos coordenadas: *el volumen total y la composición* de capital que detentan. Una tercera coordenada, la *variación en el tiempo de este volumen y de esta composición*, registra su trayectoria a través del espacio social y brinda claves invaluable acerca de sus *habitus* al revelar la manera y la senda a través de las cuales almacenaron la posición que ocupa en el presente.

Un campo es, en primera instancia, un espacio estructurado de posiciones, un campo de fuerza que impone su determinación específica sobre todos aquellos que ingresan a

él. En segunda instancia un campo es una arena de lucha mediante la cual los agentes y las instituciones buscan preservar o desbancar la distribución del capital existente (manifestando, en el campo científico, por la jerarquización de las instituciones, disciplinas, teorías, métodos típicos, revistas científicas, etc.). Es un campo de batalla en el cual se disputa interminablemente sobre las bases de la identidad y de la jerarquía (Jiménez I. , 2005).

A continuación se muestran los campos que surgen después del análisis con el que se construyó este artículo y que muestran tanto los campos como las posiciones tomadas.

Tabla 2. Nuevos campos desarrollados en la ESTe.

Alumnos que elijan administración, ya habían estudiado administración y quieren emprender un negocio propio.	Alumnos cuya primera opción no era administración, han estudiado administración y quieren emprender un negocio.
Alumnos que eligen administración, no habían estudiado administración y no quieren emprender.	Alumnos cuya primera opción no era administración, no han estudiado administración antes y que no quieren emprender.

Fuente: Creación propia.

4. Conclusiones

Ya se ha advertido, que la perspectiva de este artículo inicia y termina siguiendo el camino propuesto por Bourdieu, quién afirmaba que los problemas que se estudien en el ámbito de lo social no tienen como propósito construir soluciones, describir prácticas o bien perderse en las intrincadas redes teóricas, sino develar las estructuras que conforman un espacio social propio y acotado. Se puede considerar que se ha cumplido aunque parcialmente, dando cuenta por un lado de una serie de conceptos que en el planteamiento denominado enfoque relacional, permitió ligarlos con el análisis al universo empírico y los instrumentos de trabajo empleados (encuesta y entrevistas).

La noción de campo que se construyó tiene que ver con las posiciones sociales que toman los alumnos de la carrera de Administración de la Escuela Superior Tepeji, en función de las posiciones que componen su propio campo: el ser alumnos de la licenciatura de Administración de la Escuela Superior Tepeji. A esto se denomina

posicionamiento social y sin duda está compuesto por muchas características que los diferencian de otros, pero que también producen afinidades y vínculos entre ellos y principalmente con sus padres y maestros.

En primer lugar queda develada su posición en las elecciones que ellos realizan, por ejemplo, elegir estudiar Administración y no otra cosa, estudiar en la UAEH, Escuela Superior Tepeji y no en otro lado. Al mismo tiempo se ponen de manifiesto los capitales que al mismo tiempo generan o abren dicha posibilidad de hacer esa elección, y al mismo tiempo desarrollar rasgos específicos al tomar posición al respecto. En ese sentido se ha podido concluir que los alumnos de Administración de la Escuela Superior Tepeji del Río toman un posicionamiento de administrador, mas no de emprendedor, y esto es determinado por las relaciones manifestadas por ellos en aspectos tales como; escolaridad suya y de sus padres, la economía familiar, así como el empleo.

En cuanto a sus posicionamientos sociales, se ha podido observar que al ser los primeros en estudiar un grado profesional, la poca preparación académica de los padres, plantea a primera vista un alejamiento en la trasmutación de los de los padres al querer para sus hijos “una vida mejor” y que no “sufran lo que ellos sufrieron” al no haber realizado estudios académicos avanzados; pero también, acotada a la seguridad que proporciona una gran empresa, un empleo seguro y el seguimiento puntual de las reglas y normas que desde una visión “clasista” el padre recomienda como el camino más seguro y viable.

Una lectura simple, pero quizá errada es la de que en todo caso, el habitus, los capitales y el campo en que se desenvuelve el alumno no da para que el mismo encuentre un modelo que a través de un proceso básico de socialización transmita lo necesario para desarrollar un perfil emprendedor. Así, se puede ver que si la ocupación predominante de los padres es de obreros y amas de casa, esto limita a los alumnos en su panorama visionario, son contados los casos en que la posición y decisión de los estudiantes de conseguir metas más allá de las obtenidas por los padres. O bien, el pertenecer a un núcleo familiar con ingresos económicos mensuales de nivel medio, que origina tener alta dependencia económica, para concluir los estudios profesionales, pero más allá de esto, origina un posicionamiento débil con respecto del aspecto dinero,

se considera un bien lejano, poco probable de conseguir y que a menudo causara más pesadumbre que satisfacciones.

Otro capital que permiten un posicionamiento claro es la influencia al realizar cierto tipo de actividades culturales tales como; leer, asistir a conciertos, la cual es más bien producida por amistades y la escuela, lo cual indica que la fuente primaria de formación limita el desarrollo del respectivo capital cultural. De nuevo en cuanto al capital social se refiere, se encuentra que los padres, si bien con capitales propios limitados, si generan un manto protector al impulsar a sus hijos a estudiar más, a querer que tengan un futuro mejor, pero también a transmitirles la idea de que ellos sólo tienen que dedicarse a la escuela, por tanto, al no verse en la necesidad de trabajar, tampoco estarán cercanos a experiencias en donde su iniciativa sea puesta prueba y en todo caso sea susceptible de desarrollarse, de todo esto se privan al no estar expuestos a una mínima experiencia laboral.

Como todo proceso social, la dinámica que aquí se analizó opera en función directa tanto a estos capitales como por los *habitus* que se producen y reproducen en este espacio social. El bachillerato de origen de los alumnos al llegar a la licenciatura en Administración funciona como un capital eficiente de distinción al momento de la selección y de las elecciones por parte de los alumnos con respecto al nuevo campo en que participan.

En ese sentido se encuentra que en primer lugar hay un porcentaje elevado, pero que va disminuyendo de alumnos cuya primera opción no era estudiar Administración, y en la misma medida, tampoco la Escuela Superior Tepeji era su primera opción. Esto, denota ya una dificultad a la hora de involucrarse no sólo a las actividades cotidianas propias del nuevo campo en que se encuentra, sino además contribuye a maximizar los problemas que también ya presentan el sistema y modelo curricular de la licenciatura. Si bien, las dos asignaturas que de acuerdo al plan de estudios deberían contribuir a su desarrollo como emprendedor son de las más aceptadas como importantes, no terminan de aportar los capitales necesarios, ni desarrollan el *habitus* propicio para el desarrollo de rasgos emprendedores.

El desarrollo profesional, es generalmente en el área de Recursos Humanos y sector social, lo cual deja de lado el deseo de iniciar un proyecto propio. En pequeña

proporción, algunos alumnos no deseaban cursar Administración en primera opción. La percepción y aprecio de la escuela no le es del todo satisfactoria, propiciando la carencia de identidad institucional. Creen de poca trascendencia poseer la habilidad de afrontar riesgos, a pesar de que consideran medianamente importante los conocimientos en el tema de desarrollo empresarial. Calificarse medianamente capaces en tomar decisiones, buscar información, en la posesión de conocimientos analíticos, en el desarrollo de trabajo en distintos sectores y en el nivel de conocimientos técnicos sobre la carrera. El estudiante está dotado de una personalidad que inhibe el pleno desarrollo de sus facultades de iniciativa e innovadoras principalmente.

Por otra parte la institución se encuentra en el deber de moldear esos perfiles y optimizar las características del alumno que lo encaminen a ser emprendedor, acciones que se han tomado y que han sido acogidas con satisfacción, pues de las materias impartidas, consideran prioritaria la de desarrollo empresarial, lo que habla de un deseo de emprender y en su futuro próximo dedicarse a actividades empresariales propias, aunado a hábitos como la lectura, el teatro, uso de tecnología, etc., herramientas que complementan y facilitan el logro de objetivos.

No obstante hay que considerar que la mayor influencia que la institución ejerce sobre el alumno es durante su vida escolar, una vez egresando, se ve inundado nuevamente de situaciones que tienden a confundirlo, y bajo la consideración de que la moda está entre los 19 y 23 años, las bases deben ser sólidas para que realmente lleven a cabo sus propósitos emprendedores. En ese sentido la influencia de los docentes es quizá la más importante, como se pudo notar en las opiniones de algunos alumnos que expresaron que *“Muy pocos profesores están comprometidos con la realidad que vamos a vivir. Tareas excesivas”... “tienen (conocimiento), pero no saben compartirlo” (E1: 14 nov 2008, pág. 7).*

Se expresan claramente la reproducción de los habitus y la conformación de los capitales, al cuestionar que los propios docentes no poseen dichos rasgos emprendedores, según sus propias palabras que los capitales que les transmiten *“Son pocos, no tanto por los conocimientos, pero aparte por tu personalidad. Ej. La vestimenta y te la tienes que creer. Pocos complementan”.* (E1: 14 nov 2008, pág. 8). O bien manifiestan la poca aportación en su formación *“Son buenos, están capacitados y*

con conocimientos pero no se comprometen a compartirnos su experiencia". (E1: 14 nov 2008, pág. 8).

Como se trató en su momento, los *habitus* son operadores de cálculo inconsciente, prerreflexivo, y llevan consigo un conocimiento práctico del futuro (pretensión) como del pasado (retención), que en los casos mencionados no se problematiza tanto como en la carrera de sociología. Este es el problema del reposicionamiento social. Por contraste a lo que proponía Marx sobre la emancipación de la clase explotada por medio de la alquimia de la conciencia de clase, Bourdieu considera que se está más cercano a una especie de inconsciencia de clase a causa de los *habitus de clase* que llevan a aceptar el mundo tal cual es antes que rebelarse a él, gracias al dominio práctico que incorporan los agentes expuestos a las estructuras sociales externas a ellos. De allí la poca propensión de los estudiantes de la carrera de administración de la este para ser emprendedores.

Este trabajo corresponde a una imagen; a una instantánea, que ilustra sólo un momento y un espacio social limitado de análisis y que es necesario cerrarlo a sabiendas de que seguramente muchas de las interrogantes no serán saldadas definitivamente, con la certeza de que como todo trabajo es susceptible de mejoras y de que sin duda, por la naturaleza del mismo, habrá quienes contribuyan tratando de alimentar a través de la ciencia el análisis sobre las prácticas educativas en Administración.

5. Bibliografía

- [1] Ardagna, S., & Lusardi, A. (2008). Explaining International Differences in Entrepreneurship The Role of Individual Characteristics and Regulatory Constraints. En *International Differences in Entrepreneurship: The National*.
- [2] Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, Vol. 24, No. 3, pp. 233-247.
- [3] Ayuntamiento, C. H. (2006-2009). Plan Municipal de Desarrollo. Tepeji del Río, Hgo.
- [4] Baumol, W. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

- [5] Benavente, J. (2004). *El proceso emprendedor en Chile*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo FUNDES Internacional.
- [6] Benz, M. (2009). Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity. *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 5, No 1, pp. 23-44.
- [7] Bergoeing, R., & Repetto, A. (2006). *Micro Efficiency and Aggregate Growth in Chile*. Centro de Economía Aplicada, Universidad de Chile: Documentos de Trabajo 218.
- [8] Bourdieu, P. &. (1990). *Language and symbolic power*. Estados Unidos: Harvard University Press.
- [9] Bourdieu, P. J.-C.-C. (2004). *El oficio de sociólogo*. México: Siglo XXI editores, SA de CV.
- [10] Bourdieu, P. (1997). *Meditations Pascaliennes*. París: Editions du seuil.
- [11] Bourdieu, P. (1997). *The State Nobility: Elite Schools in the field of Power*. Cambridge: Polity Press.
- [12] Cerón, M. A. (2007). *Tesis Producción y reproducción de posicionamientos sociales inciertos en los estudiantes de la carrera de sociología de la Fes Aragón-UNAM*.
- [13] Dieterich, H. (2006). Determinacion del tamaño de muestra. En H. Dieterich, *Nueva guía para la investigación científica* (pág. 183). Mexico, DF.: Ariel.
- [14] Drucker, P. (1999). *La gerencia de las empresas*. España: Editorial Sudamericana.
- [15] Esquivel Alatorre, G. (2012). PYMES, Caminan Poco a Poco. *Mundo Ejecutivo*, 68, 69 y 70.
- [16] García, C. (1990). Entre fuerzas y tensiones: en el marco del campo periodístico desde una perspectiva Bourdiana. En P. Bourdieu, *Spisicologia y cultura* (pág. 49). México: Grijalbo.
- [17] García, R. (1995). *Investigación y Desarrollo en Administración*. México DF.
- [18] Jiménez, I. (2005). Loïc Wacquant. . En *Ensayos sobre Pierre Bourdieu y su obra*. (pág. P 57). México DF.: ed. Enrique Saldaña.

- [19] Kemmis, S. (1996). "Circunscribiendo el problema central del currículum: educación y sociedad frente a escolarización y estado". En *El Currículum: mas allá de la teoría de la reproducción* (pág. 96). Madrid: Morata.
- [20] Knight, F. (1971). *Risk, Uncertainty and Profit*. En *Essays in the History of Economics*: University of Chicago Press, Chicago (First edition 1921).
- [21] Munch, G. L. (2005). *Fundamentos de Administración*. México D.F.: Trillas.
- [22] Pacheco, M. T. (2006): http://www.ludusvitalis.org/textos/25/25_pacheco.pdf.
- [23] Palaci, M. S. (2004): <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/>.
- [24] Pallares, Z., Romero, D., & Manuel, H. (2005). "Hacer Empresa: Un Reto". Fondo Editorial Nueva Empresa.
- [25] Perfil Emprendedor. (2000): <http://www.trabajastur.com/trabajastur/doc/otros documentos/>.
- [26] Pinto, I. (2002). *Pierre Bourdieu y la teoría del mundo social*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI editores.
- [27] Pymes. (s.f.): <http://pyme.com.mx/links/lista-articulos-areas.php?areasol=21>.
- [28] Reyes, J. (2001). *La experiencia profesional del administrador de la UAM-A*. trabajo Terminal de Titulación.
- [29] Reynolds, P. &. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor. Face toFace Interviews Data Collection-operations, Vol.III*.
- [30] Secretaria de economía. (s.f.). Obtenido de *En cuanto a Universidades Públicas poseen el 36% de las incubadoras, las universidades privadas el 22%, otros organismos y escuelas 42%*.
- [31] Secretaria de Economía. (2004-2007). Fondo pyme: <http://www.powerpymes.com/?tag=chile>.
- [32] Secretaria de Economía. (2007). Fondo pyme: <http://www.laredpyme.org/index.php/Noticias/PyMES-en-Mexico/Destinaran-directamente-los-recursos-del-Fondo-Pyme.html>.
- [33] Secretaría de Economía. (2007). *Incubadora de empresas, fondo pyme*. Obtenido de *Pág. Websistema., I. i. (2001). En 1980 el concepto de Incubadoras de Empresas se propaga por el mundo*.
- [34] Taylor, S. R., & Bogdan, R. (1992). p. 101.

- [35] Thurik, R., Uhlaner, L., & Wennekers, S. (2002). Entrepreneurship and its Conditions: a Macro Perspective. *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 1, No. 1, pp. 25-65.
- [36] Universitario, E. (2001): www.dpto-psicologia-social-y-Organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/El%20perfil%20del%20Oemprendedor%20universitario.pdf.
- [37] Van Praag, M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, Vol. 147, No. 3, pp. 311–335.
- [38] Wacquant, L. (2005). Claves para leer a Bourdieu. En I. Jiménez, *Ensayos sobre Pierre Bourdieu y su Obra* (pág. 57). México, D.F.: UNAM.