

Amor propio, conocimiento y tecnología como herramienta para renovar el emprendimiento en México

Dalila M. Mendoza Muciño¹, Alejandra Azuara Sánchez², Adrián E. Cruz Rojo³, Jorge A. Luna Gahona⁴, Maricarmen Avalos Barroso⁵ y Susana Rivero Martínez⁶

¹ Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México dmendozam@uttecamac.edu.com

² Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México ale_azuara_sanchez@outlook.com

³ Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México crae_001@hotmail.com

⁴ Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México jalg04@hotmail.com

⁵ Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México mbarrosoa@uttecamac.edu.mx

⁶ Universidad Tecnológica de Tecámac, División Económico Administrativas, km 37.5 carretera Federal México Pachuca, Colonia Sierra Hermosa CP. 55740, Tecámac, estado de México surima.rm.15@gmail.com

Resumen

Este trabajo tiene por objetivo hacer un análisis sobre tres determinantes amor propio, conocimiento y tecnología como herramientas para renovar el emprendimiento en México, se emplea un acopio de literatura sobre los tres determinantes; se amplía una línea del tiempo del emprendimiento en México; y la renovación de este a partir de los resultados obtenidos a 232 emprendedores que radican en diversos lugares de la República Mexicana, a los que se les aplicó un cuestionario vía google forms en donde se analiza los tres determinantes. La metodología utilizada es inductiva e investigación cualitativa. Entre los resultados sobresalientes indican que el 77.2% son mujeres y éstas son jóvenes entre 18 a 20 años que equivalen al 54.7% (generación Z) que se caracterizan por su independencia y preferencia por emprender, lo que permite una renovación del manejo de una nueva empresa o proyecto en México.

Palabras clave— Amor propio, Conocimiento, Emprendimiento, Tecnología

I. INTRODUCCIÓN

EL EMPRENDIMIENTO es la palabra más utilizada en todo el mundo, y ha estado presente en el transcurso de la humanidad, aunque en los últimos tiempos se ha convertido en trascendencia ante las necesidades de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

Lo que hace al emprendimiento en la gran mayoría de las personas es buscar y lograr su independencia y estabilidad económica. Debido a los altos niveles de desempleo, a las largas jornadas de trabajo, a la baja o escasa calidad de los empleos existentes, las personas han creado la necesidad de gestar o producir sus propios recursos, así como iniciar sus propios negocios. Ante estos escenarios, los gobiernos, organismos e incubadoras de empresas ayudan a promover el emprendimiento. Por ello, el término de emprendimiento en la actualidad hace referencia a una nueva empresa o proyecto que es promovido por una persona o grupos de personas.

Bien es sabido de los distintos tipos de emprendimiento tales como el tamaño, el grado de innovación y en el ámbito de desarrollo, todos ellos, se distinguen por las características del emprendedor como innovador, creativo, perseverante, resiliente, paciente, informado, actitud ante los riesgos, determinación y confianza.

Si bien es cierto, todas estas características se van adquiriendo con el paso del tiempo, ya sea en la preparación

en alguna institución educativa u organizaciones u organismos nacionales e internacionales referentes a la capacitación laboral. O en la experiencia de ensayo y error.

Con base en lo anterior, nos damos a la tarea de analizar tres determinantes esenciales que debe fomentar el emprendedor mexicano.

II. AMOR PROPIO, CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

Afirma Voltaire (hablando del amor propio) que siempre han existido dos clases de hombres: aquellos que en aras del bien público sacrifican su amor propio y los que no se aman más que a sí mismos, y añade: «Todo el mundo quiso y quiere ser aún de la primera clase, aunque todo el mundo pertenezca en el fondo de su corazón a la segunda.» [1]

El amor propio ha sido, en efecto, entendido frecuentemente como sinónimo de amor a sí mismo, y la pregunta que inmediatamente suscita, a saber, si se trata de vicio o virtud moral, exige entrar de inmediato en importantes matizaciones. Aunque algunos lo han condenado sin más paliativos, como es el caso de Pascal «La naturaleza del amor propio (...) es la de no amar más que así mismo y no considerar más que a sí mismo» o de F. de la Rochefoucauld «El amor propio es el amor de uno mismo y de todas las cosas para sí; hace a los hombres idólatras de sí mismos y los haría tiranos de los demás si la fortuna les diese los medios para ello», otros, en cambio, han distinguido una manifestación viciosa y perversa

de otra enteramente natural y lícita de dicho amor. Rousseau, por ejemplo, lo hace comenzando por no considerar sinónimos ambos términos, y, así, diferenciará entre amour de soi y amour propre, entendiendo el primero como un impulso natural y virtuoso, cuya finalidad no es otra que asegurar la propia conservación, en tanto que el segundo tendría su origen en la vanidad y habría nacido en el seno de las relaciones competitivas y envidiosas impuestas por la civilización. Por su parte, Espinosa considera que el amor propio (o contento de sí), en tanto que virtud, «es la alegría (...) que nace de nuestra contemplación». Y añade que cuando ésta es excesiva se convierte en soberbia «estimarse a sí mismo más de lo justo por amor propio», que sería, entonces, la forma viciosa del amor propio. Sorprende, no obstante, que Espinosa piense que la alegría nacida de la contemplación de nosotros mismos pueda tomarse excesiva..., como si no lo fuese siempre. La plena satisfacción con uno mismo es una de las manifestaciones más rotundas y nítidas de la estupidez. [2]

Entonces el amor propio se refiere al reconocimiento que tiene un Ser Humano de sus propias habilidades, destrezas, actitudes, aptitudes, valores, pensamientos, sentimientos, así como al proceder ante diferentes acontecimientos que la vida le va presentando; lo anterior le permite alcanzar un autoconocimiento para que se visualice y actúe con entereza. Con la única finalidad de dar cumplimiento a su propio propósito de vida.

Las personas con amor propio saben comunicar de forma clara, precisa y concreta, expresan sus opiniones de una manera pacífica, cordial, amigable. Uno de sus principales propósitos es cultivar excelentes relaciones humanas en su entorno social y más aún crear extraordinarias redes de comunicación.

Por su parte, el conocimiento es el proceso en virtud del cual la realidad se refleja y reproduce en el pensamiento humano; dicho proceso está condicionado por las leyes del devenir social y se halla indisolublemente unido a la actividad práctica. El fin del conocimiento estriba en alcanzar la verdad objetiva. En el proceso del conocimiento, el hombre adquiere saber, se asimila conceptos acerca de los fenómenos reales, va comprendiendo el mundo circundante. Dicho saber se utiliza en la actividad práctica para transformar el mundo, para subordinar la naturaleza a las necesidades del ser humano. El conocimiento y la transformación práctica de la naturaleza y de la sociedad son dos facetas de un mismo proceso histórico, que se condicionan y se penetran recíprocamente. El conocer mismo constituye un momento necesario de la actividad práctica de la sociedad, pues dicha actividad es propia de los hombres y éstos la realizan basándose en el conocimiento de las propiedades y de las funciones de cosas y objetos. Por otra parte, la actividad productiva social, la práctica de la sociedad, aparece como momento necesario del proceso mismo del conocer. [3]

Por lo que constituye el criterio supremo de la verdad de los conocimientos adquiridos. Las personas aprenden a comprender su mundo exterior en el tiempo de su actividad práctica, al ejercer su acción sobre la naturaleza. La verificación práctica señala la etapa superior del conocimiento, del reflejo de las leyes del mundo objetivo en el cerebro humano. Sólo la actividad práctica permite verificar cada progreso del conocimiento, cada verdad, descubierta por

el pensamiento. “Es en la práctica donde el hombre tiene que demostrar la verdad, es decir, la realidad y el poderío, la terrenalidad de su pensamiento. El litigio sobre la realidad o irrealidad de un pensamiento aislado de la práctica, es un problema puramente escolástico”. [4]

Se conoce como tecnología a un producto o solución conformado por un conjunto de instrumentos, métodos y técnicas diseñados para resolver un problema. Generalmente, se asocia la tecnología con el saber científico y la ingeniería; sin embargo, tecnología es toda noción que pueda facilitar la vida en sociedad, o que permita satisfacer demandas o necesidades individuales o colectivas, ajustadas a los requerimientos de una época específica. Por otro lado, la tecnología también se refiere a la disciplina científica enfocada en el estudio, la investigación, el desarrollo y la innovación de las técnicas y procedimientos, aparatos y herramientas que son empleados para la transformación de materias primas en objetos o bienes de utilidad práctica. [5]

Lo que la tecnología ha permitido al hombre saber con precisión el medio que lo rodea y modificarlo para alcanzar sus fines; así que a través de la historia el hombre ha inventado y modificado herramientas para lograr mejorar su estilo de vida.

III. LÍNEA DEL TIEMPO DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

En México, la historia del emprendimiento tiene mucho que ver con la evolución y desarrollo de la figura empresarial; a pesar de que en otros países tienen antecedentes muy concretos y fundamentados, por ejemplo, en Alemania, los estudios datan de 200 años atrás, mientras que para México los estudios e investigación son de apenas 60 años.

El emprendimiento en México no se puede entender sin el marco conceptual, ni la corriente de pensamiento económico y financiero, así como de los fenómenos más emblemáticos del desarrollo de los negocios. Como referencia, se puede citar la clara influencia del capitalismo en México, la cual estableció las reglas de intercambio de bienes, los modos y métodos de producción, entre muchos otros elementos que determinaron las relaciones comerciales no sólo a nivel interno, sino en las relaciones que tiene con otros países. [6]

Cabe destacar, que en este proceso de emprendimiento en México ha generado una variedad en las regiones, una conciencia en el dinamismo de la sociedad desde culturales hasta religiosos y un bagaje conceptual sobre los modelos de negocios, aunado a los tres determinantes descritos con anterioridad, por lo que el emprendimiento en México, ha experimentado una evolución en las actividades económicas y en los mercados altamente competitivos.

Así como el resurgimiento del interés por la figura empresario y el fenómeno del emprendimiento, no solo en la práctica sino en el campo de la teoría económica y de otras disciplinas de las ciencias sociales. Lo que ha permitido a los países fortalecer sus programas de apoyo y factores que determinen el desarrollo y crecimiento económico, como una fuente de solución a las necesidades de la sociedad.

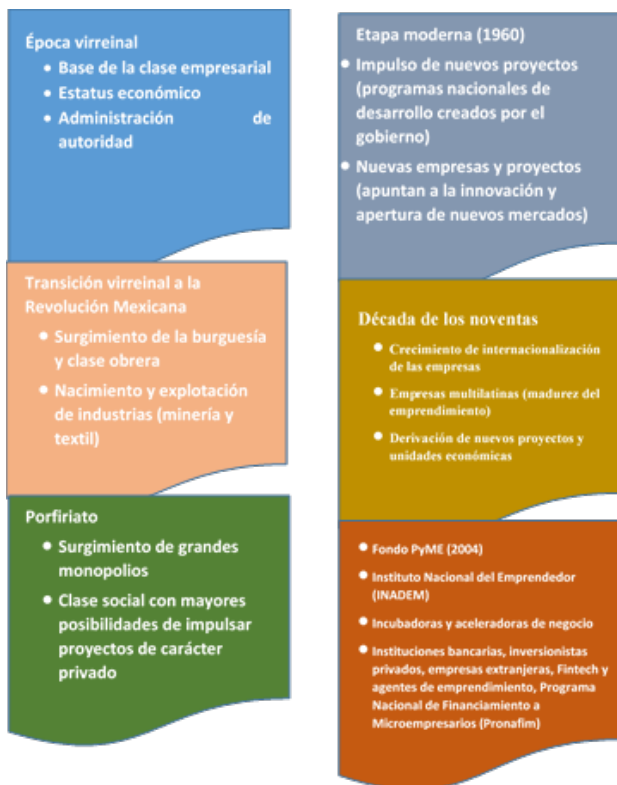


Fig. 1 Línea del tiempo del emprendimiento en México

IV. RENOVACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO

A partir de un google forms se les pregunto a 232 emprendedores de distintos lugares de la República Mexicana, aspectos relacionados con el amor propio, conocimiento y tecnología. A continuación, se describe los resultados obtenidos:

Se resalta que el 77.2% son mujeres y el 22.8% son hombres, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) la población del 2020 fue de 126,014,024 habitantes [7] y de esta el 51.2% corresponde a las mujeres y el 48.8% a los hombres. Lo que nos permite ver esta encuesta el papel de las mujeres en el ámbito del emprendimiento.

Las edades oscilan entre los 18 y 30 años, siendo en estos momentos el mayor grosor de la población económica activa, aunado a que se comparten 2 generaciones, la generación Z y la generación Y, las cuales comparten el efecto de digitalización (la tecnológica forma parte de su día a día) y se les ha caracterizado por su independencia y preferencia por emprender (considerando su aspecto positivo). A diferencia de las generaciones anteriores, se enfrentan a cambios radicales tanto económicos como sociales en el mundo (crisis económicas, pandemias, entre otros) lo que requieren una mayor preparación por considerarse que ocuparán los puestos de trabajo que hoy en día no existen. (Ver fig.2)

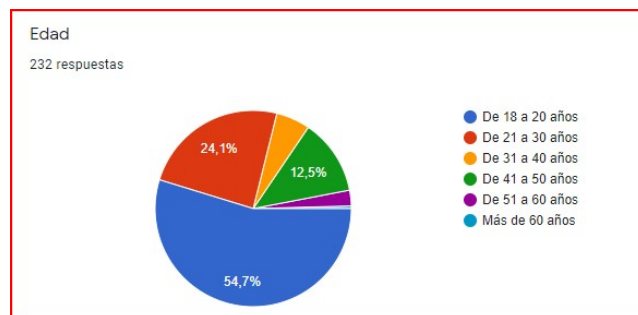


Fig. 2 Edad de encuestados

Con respecto a las preguntas relacionadas a la tecnología, los encuestados consideran: el 53.4% está muy de acuerdo con que el trabajador mexicano bajo un entorno altamente colaborativo y equipos interdisciplinarios tendrá un mejor rendimiento; el 59.8% considera que el internet y otras herramientas tecnológicas permiten optimizar procesos y tiempos en diferentes áreas del negocio y ser más competitivos; el 57.3% que se debe invertir en hardware y software especializados de manera estratégica; el 59.3% consideran que como emprendedores requieren conocimientos básicos de tecnologías y una visión de alto nivel de las posibilidades tecnológicas más especializadas. (Ver fig.3)

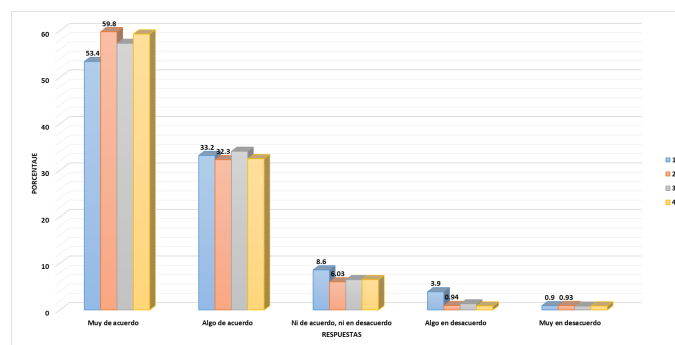


Fig. 3 Respuestas enfocadas a tecnología

Lo que lleva a deducir que la tecnología ayuda a las empresas y emprendedores en la gestión de cambios en las operaciones internas y externas. Se ha demostrado que las empresas logran reducir costos haciendo una revisión de los procesos de negocio, como por ejemplo, la comunicación vía e-mail, la banca electrónica, el pago de impuestos y la compra de insumos desde alguna aplicación (apps). Siendo algunos ejemplos en donde se aplica la tecnología dejando en claro que su adopción en las organizaciones es algo que evoluciona día a día a la par de las necesidades del cliente y del emprendedor.

Con lo que respecta al amor propio: el 46.3% está muy de acuerdo con los aspectos positivos del trabajador mexicano: actitud servicial, sentido del humor, flexibilidad y adaptabilidad, respetuoso, capacidad para relacionarse; el 61.6% dice que la lealtad dentro de las empresas se logra cuando un trabajador muestra su amor y compromiso hacia la marca o fidelidad de sus líderes; el 60.4% considera que la autoestima se puede definir como la valoración que se da acuerdo a las creencias, percepciones, evaluaciones y pensamientos; el 65.8% reafirma que la autoestima no nace en la persona, sino que va evolucionando a medida que se va

creciendo, pero también es transitoria, es decir, si se tiene autoestima baja, se puede subir o viceversa, todo depende de lo que se haga y como juzque a si mismo. (Ver fig. 4)

El amor a sí mismo, tal como antes se interpretó, induce al comportamiento moral teniendo como referencia los intereses del propio individuo, porque quien se quiere bien, no puede desearse el mal. El amor propio, en el sentido en que ahora se esta examinando, hace lo mismo, pero recayendo en esta ocasión el beneficio sobre los intereses del otro, porque quien lo posee, antes preferirá dar que recibir, consolar que ser consolado, favorecer que ser favorecido..., y ello aunque, en el fondo, no lo haga sino por amor a sí mismo. [1]

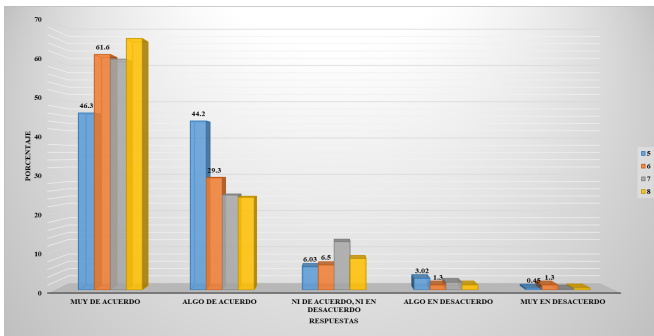


Fig. 4 Respuestas enfocadas al amor propio

Con esto, se puede decir que los emprendedores encuestados fijarán en su mente el éxito de la empresa, considerando que los primeros 3 años serán de altas y bajas, después de este tiempo tendrán cierta claridad sobre hacia donde se dirigen, y se guiarán en que si ellos tienen amor propio se verá proyectado en el producto o servicio.

Por último, el conocimiento, el 62.8% dice que está muy de acuerdo que si no se tiene un manejo adecuado de los créditos y las cobranzas, será un problema para el emprendimiento; el 43.3% considera que el mexicano en el ámbito laboral hay que analizarlo desde lo particular hasta lo general. Es fundamental tomar en cuenta el perfil de las personas (nivel escolar, costumbres, valores, religión) hasta la idiosincrasia de la ciudad en el que vive. (Ver fig. 5)

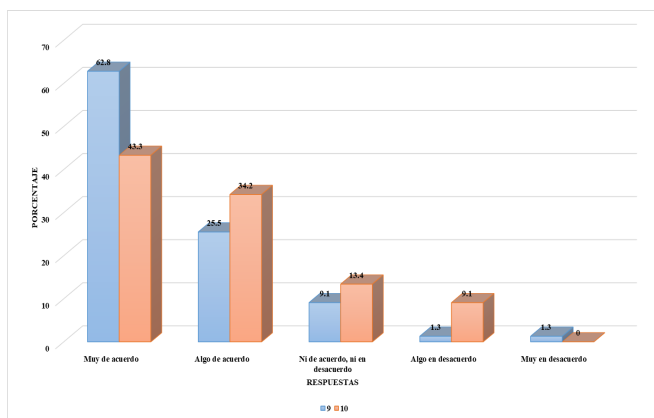


Fig. 5 Respuestas enfocadas al conocimiento

Lo anterior, lleva a que el conocimiento financiero, económico y social es un gestor existente en la información en la toma de decisiones; entonces el emprendedor fomenta que el conocimiento es flexible y tiene más facilidad de adaptarse a situaciones cambiantes.

Se presenta el listado de las preguntas y respuestas (Ver fig.6):

Pregunta
1. ¿Crees tú que el trabajador mexicano bajo un entorno altamente colaborativo y equipos interdisciplinarios, con un empleo que cuente con lo último en tecnología y equipos de primer nivel, como opciones de trabajo a distancia y flexibilidad de horario su rendimiento es mayor?
2. ¿Es innegable que la tecnología avanza a pasos agigantados, ignorar esta realidad es retrasar el desarrollo del negocio. El Internet y otras herramientas tecnológicas permiten optimizar procesos y tiempos en diferentes áreas de tu negocio logrando que cada vez seas más competitivo en el mercado, será verdad?
3. ¿Para el componente tecnológico de una estrategia de negocios, las empresas deben considerar al hardware (equipos y dispositivos), al software (programas y datos) y al recurso humano especializado. Una empresa debe invertir en estos elementos de manera estratégica y debe tomar decisiones importantes acerca de ellos?
4. ¿Los emprendedores requieren de un conocimiento básico de tecnologías y de una visión de alto nivel de las posibilidades tecnológicas más especializadas que están a su servicio. Por ejemplo, resulta imprescindible el conocimiento de herramientas innovadoras y tecnológicas como procesador de textos, hoja de cálculo y presentaciones electrónicas, así como el manejo de internet, el correo electrónico, las video-llamadas y las transacciones en línea?
5. ¿Los aspectos positivos del trabajador mexicano son: Actitud servicial, sentido del humor, flexibilidad y adaptabilidad, respetuoso, capacidad para relacionarse?
6. ¿La lealtad dentro de las empresas se logra cuando un trabajador muestra su amor y compromiso hacia la marca o fidelidad a sus líderes?
7. ¿La autoestima se puede definir como la valoración que nos damos a nosotros mismos de acuerdo a nuestras creencias, percepciones, evaluaciones y pensamientos?
8. ¿La autoestima no nace con nosotros, sino que va evolucionando a medida que vamos creciendo, pero también es transitoria, es decir, si tenemos autoestima baja podemos subirla o viceversa, todo depende de lo que hagamos y como nos juzguemos a nosotros mismos?
9. ¿Crees que el manejo inadecuado de los créditos y las cobranzas; fraudes; desconocimiento del verdadero estado financiero de la empresa; gastos innecesarios; errores graves en materia de seguridad; mal manejo de los inventarios; fallos graves en los controles internos; deficiencias en el control presupuestario y de gestión; mala gestión en materia de endeudamientos y liquidez, y mala gestión de los fondos sea un problema para el emprendimiento?
10. ¿El mexicano en el ámbito laboral hay que analizarlo desde lo particular hasta lo general. Es fundamental tomar en cuenta el perfil de las personas (nivel escolar, costumbres, valores, religión), hasta la idiosincrasia de la ciudad en el que vive?

Fig. 6 Preguntas

V. CONCLUSIONES

Se puede concluir que el comportamiento innovador y tecnológico está condicionado por una serie de elementos, tales como la estructura, los recursos financieros, el entorno y el sector. Cada uno presenta condiciones de competencia que predeterminan sus posibles estrategias y conducta (Amor Propio). Para una eficiente gestión de la tecnología es considerar las oportunidades y amenazas de su posición tecnológica, la capacidad de adquirir y desarrollar recursos, la

habilidad para asimilar las tecnologías y el aprender de esta experiencia.

Los emprendedores y los negocios necesitan invertir en investigación y desarrollo para mejorar todo tipo de procesos que generen más valor a la organización.

Si además de tener en cuenta las anteriores preguntas, se atiende la idea que sostiene para que estudiar al empresario y las empresas en la historia se debe considerar con la relación de otras ciencias como la antropología, psicología, administración, entre otras, acompañado de las características que cada generación presenta, junto con los nuevos escenarios del mundo. Hacen que los tres determinantes analizados sean la herramienta para generar una renovación del emprendimiento en México.

REFERENCIAS

- [1] A. Fernández. (agosto, 2003). "Del amor propio", *El Catoblepas*, vol.18. [Online]. Available: <http://www.nodulo.org/ec/2003/n018p03.htm>
- [2] Tecnología Industrial NET (2020, diciembre 31). "El amor propio es el instrumento de nuestra conservación", *Voltaire Más literatura*. Tecnología industrial. [Online]. Available: <https://tecnologiaindustrial.net/2020/12/31/voltaire-el-amor-propio-es-el-instrumento-de-nuestra-conservacion-mas-literatura/>
- [3] Filosofía.org (2021). "Conocimiento", *Diccionario filosófico*. [Online]. Available: <http://www.filosofia.org/enc/ros/conoc.htm>
- [4] Marx, "Tesis sobre Feuerbach", en Marx/Engels, *Obras escogidas*, t. II, p. 376, Ed. esp., Moscú, 1952.
- [5] Significados. (2013, octubre). "Significado de Tecnología", Suplicados. [Online]. Available: <https://www.significados.com/tecnologia/>
- [6] M. S. Hernández. (2020, octubre), "Breve Historia del Emprendimiento en México" *Quickbooks, & Intuit. Quickbooks*. [Online]. Available: <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/comienza-tu-negocio/emprendimiento-en-mexico/>
- [7] Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Población*. [Online]. Available: <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>