

© MTRA.
JULIA EDITH
BARRIENTOS
ORTIZ

exaudlap
COMUNIDAD DE EGRESADOS

• Maestra en Gerencia de Proyectos de Construcción y licenciada en Ingeniería Civil por la Universidad de las Américas Puebla.

• Cuenta con un diplomado en Estadística Aplicada por la Universidad Nacional Autónoma de México.

• Tiene experiencia profesional de más de quince años en el área de planeación e indicadores.

• Actualmente es directora de Planeación y Gestión de Calidad en la UDLAP, a cargo de las evaluaciones institucionales, la documentación de procesos y mejora continua dentro de la misma institución.



LA EVALUACIÓN PERSONAL

y la idea de negocio en el ámbito educativo

Para emprender un negocio es de vital importancia conocer los elementos que contiene el proceso creativo, identificando sus etapas y, de manera general, la personalidad que distingue a los emprendedores. Estos conceptos son relevantes al iniciar cualquier proyecto, por lo que se buscará enfocarse en el contexto de proyectos educativos.

De acuerdo a la recopilación de las posturas de los autores Andia et al. (2021), Carrillo y Pomar (2021), Gaytán (2020) y González et al. (2017) todo proceso creativo para emprender un negocio



en el ámbito educativo puede dividirse en varias fases clave. En la figura 1 se muestra un diagrama de las etapas que se describen a continuación:

- a. Identificar una necesidad o problema** que pueda ser resuelto mediante un producto o servicio. Es importante investigar y analizar el mercado para identificar oportunidades y posibles nichos en los que se pueda innovar.
- b. Definir el objetivo del negocio** y lo que se espera lograr a través del producto o servicio. Esto incluye establecer la visión, misión y valores de la empresa.
- c. Desarrollar la idea del producto o servicio**, lo que implica trabajar en la conceptualización de la solución y en cómo se puede ofrecer de manera efectiva a los clientes.
- d. Desarrollar un plan de negocio**, que inclu-

ya la definición de la estructura organizativa, el análisis financiero, la estrategia de *marketing* y las proyecciones de ventas.

- e. Probarlo y refinarlo** en función de la retroalimentación de los usuarios, ya que es fundamental que la solución se adapte a las necesidades del cliente y que se mejore continuamente.
- f. Lanzar al mercado y empezar a comercializarlo**, puesto que es importante contar con una estrategia de *marketing* efectiva para llegar a los clientes potenciales y lograr su aceptación.
- g. Monitorear el desempeño del negocio** y el producto o servicio ofrecido, y realizar **mejoras continuas** en función de la retroalimentación de los clientes. Esto ayudará a mantener la relevancia y competitividad del negocio a largo plazo.



- Identifican una necesidad o problema no satisfecho en el mercado educativo.** Investigan y analizan el mercado para encontrar una brecha en la oferta de soluciones educativas y desarrollan un producto o servicio innovador para llenar esa brecha.
- Innovadores en su modelo educativo.** Ofrecen un enfoque único y diferenciado de la educación que atrae a los estudiantes y a los padres. También pueden ser pioneros en el uso de tecnologías avanzadas para mejorar la experiencia educativa.
- Enfoque en la calidad de la educación que ofrecen.** Incluye la contratación de personal altamente capacitado y experimentado, implementación de programas de tutoría y mentoría, inversión en tecnología avanzada y herramientas de enseñanza.
- Establecen una marca sólida y reconocida en el mercado.** Tienen una estrategia de marketing efectiva que se enfoca en llegar a su público objetivo y en crear una imagen positiva y reconocida en el mercado.
- Flexibles y dispuestos a adaptarse a las necesidades del mercado.** Son ágiles en la toma de decisiones y en la implementación de cambios en el modelo educativo o en la oferta de productos y servicios para satisfacer las demandas del mercado.

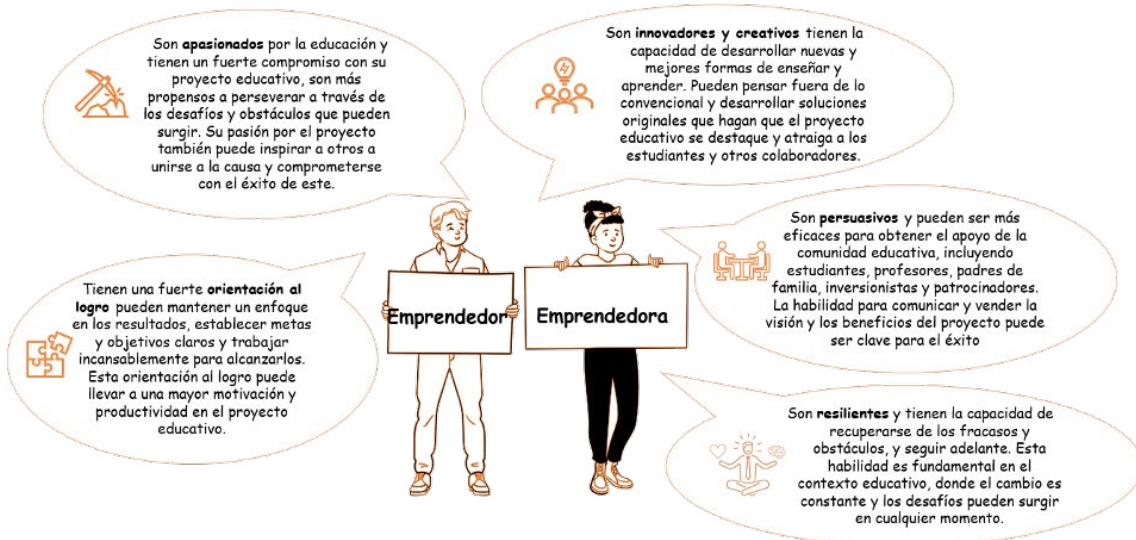


Figura 1. Etapas de un proceso creativo para emprender un negocio.
Fuente: elaboración propia con información obtenida de Andia et al. (2021), Carrillo y Pomar (2021), Gaytán (2020), González et al. (2017).

Figura 2. Acciones clave para lograr el éxito en el emprendimiento de proyectos educativos.
Fuente: elaboración propia con reflexiones derivadas de Diez (2021), Maca (2020) y Viera et al., (2020).


Figura 3. Características de la personalidad de los emprendedores en los proyectos educativos.
Fuente: elaboración propia con reflexiones derivadas de Diez (2021), Viera et al. (2020) y Valenzuela (2020).

Existen varios motivos que pueden llevar a los emprendedores a iniciar un proyecto educativo:









1. Pasión por la educación: motivados por su propia experiencia educativa o por su deseo de mejorar la calidad de la educación en general.
2. Identificación de una necesidad: observar una brecha en la oferta de soluciones educativas y buscar llenar ese vacío.
3. Oportunidades de mercado: ver una oportunidad para ofrecer algo nuevo o innovador en el mercado y tener éxito a través de la diferenciación y la innovación.
4. Compromiso con la mejora social: enfocarse en abordar problemas sociales, como la desigualdad en el acceso a la educación.
5. Deseo de ser su propio jefe: estar motivados por el deseo de ser su propio jefe y tener control sobre su carrera y finanzas.

Los negocios exitosos en el ámbito educativo han llevado a cabo una variedad de acciones clave para lograr el éxito en su emprendimiento, los cuales se enfocan en la calidad, la innovación y la adaptabilidad (ver figura 2).

Además, la personalidad del emprendedor desempeña un papel importante en el éxito de un proyecto educativo (ver figura 3).

Se puede concluir que el planear, implementar y probar un proyecto innovador y de emprendimiento es una labor que requiere de mucha valentía y carácter fuerte. Se destaca que para que los negocios sean exitosos en el ámbito educativo se deberán enfocar en la calidad, la innovación y la adaptación al entorno. La pasión, innovación, orientación al logro, persuasión y resiliencia son algunas de las características de personalidad que pueden ayudar a los emprendedores a mantener el rumbo hacia el éxito. Por ello, se deberá contar con una excelente administración de los recursos financieros con el objetivo de que el proyecto sobreviva y pueda adaptarse a los posibles cambios que se presenten durante su tiempo de vida. 

REFERENCIAS

-  Andia, V. W., Colquicocha, C. J. y Malca, P. F. (2021). Arquitectura empresarial sostenible: un enfoque integral en los negocios. *Ciencias Administrativas*, (18). Universidad Nacional de La Plata. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511666548007>
-  Carrillo, G. G. y Pomar, F. S. (2021). La economía circular en los nuevos modelos de negocio. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 9(23). Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457665440031>
-  Diez, F. S., Vargas, V. M. A. y Acosta R. N. (2021). Análisis estructural de los factores que inciden en el emprendimiento. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93). Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29066223022>
-  Gaytán, C. J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y Negocios*, (42). Universidad de Guadalajara. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864273008>
-  González, R. A. D., Rojas, R. O. R. y Ruelas, C. I. C. (2017). Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella dactilar basado en una metodología mixta. *Revista de Desarrollo Económico*, 4(13), 57-63.
-  Maca, D. (2020). Emprendimiento, gubernamentalidad y subjetividad: un abordaje desde los espacios de formación en emprendimiento de las instituciones de educación superior. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20). Asociación Latinoamericana de Sociología. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58866378701>
-  Valenzuela, F. (2020). El perfil del emprendedor en México y su potencial internacionalización. Aproximación empírica. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(3), 1-13.
-  Viera, F. E. G., Silva, O. M. A. y Parga, M. N. (2020). Estudio de las capacidades y perfil emprendedor de estudiantes de nivel medio superior dentro de un contexto rural. *Conciencia Tecnológica* (60). Instituto Tecnológico de Aguascalientes. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94465715004>.