

DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

EL EMPRENDEDURISMO DE NEGOCIOS, UNA ACTITUD DE FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Mtra. Ruth López Aguilar ¹,
Dra. Elizabeth Céspedes Ochoa ²,
y Lic. Beatriz del Rosario García Gallegos³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ruth López Aguilar, Elizabeth Céspedes Ochoa y Beatriz del Rosario García Gallegos (2021): "El emprendedurismo de negocios, una actitud de formación universitaria", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 15 (enero 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/15-enero21/emprendedurismo-negocios>

Resumen

Este estudio permite identificar la influencia que tienen las instituciones oficiales en el emprendimiento de proyectos empresariales generados por jóvenes universitarios, lo que es fundamental para conocer las posibilidades con las que cuentan, una vez culminados sus estudios. Identifica los motivos que impiden que pongan en marcha un proyecto de negocio, para lograr auto emplearse y generar oportunidades para sectores con altos índices de desempleo. Se realiza el análisis de los factores institucionales que influyen en el emprendimiento de nuevos proyectos empresariales en los alumnos la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas Subsede Villa Corzo, con el objetivo de conocer los motivos por los cuales los egresados con proyectos generados no emprenden un negocio, aun teniendo las bases del conocimiento requerido.

En terminos metodológicos, es un estudio de tipo exploratorio bajo un enfoque cualitativo, con un modelo de investigación acción, utilizando encuestas a los estudiantes y entrevistas al personal docente de la universidad y al representante de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Administración, por considerarla como uno de los principales agentes involucrados en el fomento y apoyo a los emprendedores, desde la academia. Se plantea la definición, características y clasificación del

¹ Mtra. Ruth López Aguilar es Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Villa Corzo, Chiapas. ruth.lopez@unicach.mx (**autor corresponsal**)

² Dra. Elizabeth Céspedes Ochoa, Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Villa Corzo, Chiapas. elizabeth.cespedes@unicach.mx

³ Lic. Beatriz del Rosario García Gallegos, egresada de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Villa Corzo, Chiapas.

emprendedor, identificando los tipos de emprendedores, así como la revisión de los contextos internacional, nacional y local a manera de escenarios en donde interactúan, en función de programas institucionales derivados de política gubernamental, aplicados por instituciones o dependencias.

Palabras clave: Emprendimiento, instituciones, negocio, proyectos, estudiantes universitarios

BUSINESS ENTREPRENEURSHIP, AN ATTITUDE OF UNIVERSITY TRAINING

Abstract

This study allows us to identify the influence that the official institutions have in the entrepreneurship of business projects generated by young university students, which is essential to know the possibilities they have, once their studies are completed. Identifying the reasons that prevent them from starting a business project, to achieve self-employment and create opportunities for sectors with high unemployment rates.

The analysis of the institutional factors that influence the entrepreneurship of new business projects is carried out in the students of the Bachelor of Business Management and Development of the University of Sciences and Arts of Chiapas Subsede Villa Corzo, with the aim of knowing the reasons why which graduates with generated projects do not start a business, even having the required knowledge bases.

In methodological terms, it is an exploratory type study under a qualitative approach, with an action research model, using student surveys and interviews with university teaching staff and the representative of the National Association of Faculties and Management Schools, by consider it as one of the main agents involved in promoting and supporting entrepreneurs, from the academy.

The definition, characteristics and classification of the entrepreneur are proposed, identifying the types of entrepreneurs, as well as the review of the international, national and local contexts as scenarios where they interact, based on institutional programs derived from government policy, applied by institutions or dependencies.

Keywords: Entrepreneurship, institutions, business, projects, university students.

Introducción.

En la actualidad el desempleo es uno de los problemas más comunes en América Latina, a causa del aumento considerable de individuos en edad productiva, que deriva en falta de oferta laboral. Frente a esto existe un índice muy alto de desempleo, por lo que el presente estudio determina los factores que influyen en el emprendurismo de los jóvenes universitarios con la finalidad de identificar los motivos que impiden que pongan en marcha un proyecto de negocio por cuenta propia.

Se realiza el análisis de los factores institucionales que influyen en el emprendimiento de nuevos proyectos empresariales en los alumnos la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios de la

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas Subsede Villa Corzo, con el objetivo de conocer los motivos por los cuales los egresados con proyectos generados no emprenden un negocio, aun teniendo las bases del conocimiento requerido. El estudio contempla la definición, características y clasificación del emprendedor, identificando los tipos de emprendedores, así como la revisión de los contextos internacional, nacional y local a manera de escenarios en donde interactúan, en función de programas institucionales derivados de política gubernamental, aplicados por instituciones o dependencias.

La problemática en cuestión es el alcance que puede llegar a tener cualquiera de los diversos factores y la manera en que estos influyen en el emprendurismo, debido a que no se percibe avances en términos de autoempleo. Ésto conduce a plantear la siguiente interrogante ¿Cuál es la influencia de los factores estratégicos y de política institucional en el emprendimiento de nuevos proyectos empresariales en los estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas Subsede Villa Corzo?

Metodología.

Se realizó un estudio de tipo exploratorio debido a la escasez de estudios recientes sobre el objeto de investigación, que permitió documentar para la población analizada, algunos rasgos de influencia de los factores señalados, se desarrolló con un enfoque cualitativo, utilizando la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Sampieri, Metodología de la investigación, 2006), bajo un diseño de investigación acción (Lomax, 1990) Define la investigación-acción como “una intervención en la práctica profesional con la intención de ocasionar una mejora”. La intervención se basa en la investigación debido a que implica una indagación disciplinada.

Se revisaron casos de estudiantes desde la perspectiva de éstos y sus profesores. La población objetivo son los alumnos de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas Subsede Villa Corzo, de la cual la muestra seleccionada son los alumnos de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios, a los cuales se aplicó una encuesta, considera ésta como un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006) Se realizó investigación documental para efectos de tener referencia de las características y tipología de los emprendedores, sin embargo, el principal instrumento de medición es un cuestionario, el cual fue aplicado a los alumnos de 6º y 8º semestre de la Licenciatura, también se realizaron entrevistas al personal docente de la misma universidad y a representantes de organismos públicos y asociaciones involucradas en el fomento y apoyo a los emprendedores.

Para el procesamiento de la información se utilizó el software de Microsoft Excel. El programa permitió resumir y ordenar los datos gracias a las herramientas que facilitan el procesamiento, para la elaboración

de gráficas que permiten una visión general de la información y son de fácil interpretación, así como para la elaboración de cuadros para efectos comparativos.

Desarrollo del tema.

La referencia a la persona emprendedora nos orientará a unificar el criterio al respecto de lo que se aborda, por lo que retomamos la siguiente definición según Varela (1998)

“El emprendedor es la persona o conjunto de personas que es capaz de percibir una oportunidad de producción o de servicio, y ante ella formula libre e independientemente una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha el negocio, que además de crear valor adicional para la economía, genera trabajo para él y muchas veces para otros. En este proceso de liderazgo creativo, el emprendedor invierte dinero, tiempo y conocimientos y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal, pero buscando recompensas monetarias y personales”.

(Varela, 1998)

En ese sentido algunos autores refieren la importancia que reviste el entorno para el desarrollo de la cultura emprendedora, así vemos como lo refieren los siguientes:

(Freeman & Hannan, 1977) “El entorno es el principal factor que determina el éxito de una compañía por encima de las características de la empresa o las habilidades del empresario”.

(Blanchflower, Oswald, & Stulzer, 2001) “Las oportunidades que brinda el entorno, condiciona la demanda de actividad emprendedora de una región, a través de los avances tecnológicos, la globalización y el entramado empresarial”.

(Bruner & Alarcon, 2004) Analizan el entorno como medio facilitador del emprendimiento desde una perspectiva estructura-condiciones-resultados, esto es, se consideran las variables principales de un mercado en lo referente a la tecnología, características de los productos, cuotas de mercado y las barreras de entrada y salida del mercado.

(Stevenson, 1996) Otras de las medidas en el entorno que promocionan el espíritu emprendedor, son los premios y reconocimientos sociales a la figura del empresario y actuaciones en medios de comunicación que genere una aceptación positiva hacia su actuación. Programas o campañas publicitarias son capaces de generar una demanda positiva en términos de autoempleo.

(Bailly & Maillat, 1989) Uno de los factores que ha tenido efectos positivos sobre la actividad emprendedora es la especialización productiva de las empresas. La globalización y el incremento de la competencia han provocado que las empresas se centren en su “core business” o actividades que realmente les generan valor, mientras que el resto de servicios accesorios, pero necesarios para el negocio, se externalizan en otras empresas a través de los “outsourcing” y los “spin-off”, creando de esta

manera oportunidades que explotar. Otro fenómeno parejo, es la necesidad de todas las empresas, con independencia de su tamaño empresarial, de servicios empresariales profesionales, lo que supone una apreciable alternativa para los emprendedores por el bajo capital inicial que se requiere para iniciar la actividad y las menores barreras de entradas que el resto de sectores empresariales.

(Belso, 2004) Los incentivos públicos percibidos para la puesta en marcha de una actividad es un factor considerado en el inicio de cualquier actividad, que en ocasiones resulta imprescindible para la puesta en marcha del negocio. Resulta constatado que por mucha motivación personal o ambición que tenga una persona, el detectar una buena oportunidad en el mercado o contar con una visión empresarial muy innovadora pueden quedarse en meras intenciones si no se disponen de los suficientes medios económicos para llevarlos a cabo. Por eso, la contribución de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas resulta importante y debe centrarse en cuatro grandes áreas: la reducción de los trámites administrativos, la mejora del entorno legal e impositivo, la promoción de la figura del emprendedor y el apoyo a la creación de nuevas empresas.

(Audretshch, 2002) Los programas públicos se articulan en diferentes medidas que van desde los incentivos públicos a la formación, la introducción de normas de calidad total o normalización de sus actividades (normas ISO, normas de excelencia), el asesoramiento en términos legales, laborales y jurídicos, pero en especial, las medidas de carácter financiero, que reducen las barreras de acceso a financiación en condiciones y plazos adecuados.

(Keuschnigg & Nielsen, 2002) El diseño de las políticas no debe reducirse al corto plazo, en el sentido de actuar en los momentos constitutivos de cualquier empresa, sino que el objetivo debe centrarse en estimular a los potenciales empresarios a crear su propio negocio con unas mayores probabilidades de éxito, esto es, incrementar las tasas de supervivencia empresarial a largo plazo.

Según Rafaél Alcaráz en su texto denominado El emprendedor de éxito, el diseño de las políticas no debe reducirse al corto plazo, en el sentido de actuar en los momentos constitutivos de cualquier empresa, sino que el objetivo debe centrarse en estimular a los potenciales empresarios a crear su propio negocio con unas mayores probabilidades de éxito, esto es, incrementar las tasas de supervivencia empresarial a largo plazo. (Keuschnigg & Nielsen, 2002)

En este sentido se analizó la influencia que los diferentes programas públicos iniciados en nuestro país, tienen en los estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios consultando el grado de conocimiento que tienen de las instituciones gubernamentales que existen para este fin.

En los últimos 20 años en México se ha impulsado la creación de pequeñas empresas a través de diversos esquemas de apoyo de financiamiento, sin embargo, es preocupante que uno de los grandes problemas que enfrentan los jóvenes recién egresados de la Universidades es la carencia de oportunidades para emplearse, provocando situaciones complicadas en los ámbitos sociales y

económicos entre otros. Por lo que es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de propiciar una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante la iniciativa de crear una empresa y que no esté destinada al fracaso como ocurre en muchos negocios que no alcanzan vigencia a corto plazo en el mercado. Por la naturaleza de algunos programas educativos dedicados al estudio de la administración, negocios, mercadotecnia entre otros, se espera que sus egresados posean cultura emprendedora desarrollando interés por ser empresarios, en ese sentido se citan algunos autores que refieren la importancia de las instituciones y programas públicos para este fin.

La Red Universitaria Iberoamericana de Incubación de Empresas (RedEmprendia), formada por doce universidades, y Banco Santander han puesto en marcha un conjunto de actuaciones para dinamizar la relación universidad-empresa y fomentar la cultura emprendedora. Entre ellas destacan varios programas destinados a fomentar la movilidad y el intercambio internacional de profesores, estudiantes, tutores, asesores empresariales y técnicos entre empresas incubadas, para mejorar la preparación y favorecer el flujo de ideas entre los profesionales que trabajan en ellas (Universia, 2018).

La Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), desde su creación hace ya más de 50 años, ha mantenido el interés por integrar propuestas académicas que permitan a sus instituciones afiliadas un permanente mejoramiento; además de dar cumplimiento cabal a su misión y estatutos que la rigen, de coadyuvar al fortalecimiento académico de las instituciones afiliadas, así como, lograr que los egresados de las mismas, respondan responsable y eficientemente a las necesidades del entorno social. La Asociación ha vivido preocupada por elevar el nivel académico de los estudiantes de sus afiliadas y se ha dado a la tarea de estudiar la realidad, para conocerla y poder enfrentar las demandas y reclamos de la sociedad, mediante el establecimiento de planes de estudios pertinentes a las necesidades del entorno.

A lo largo de la historia de la ANFECA se han llevado a cabo actividades para favorecer la elaboración y desarrollo de planes de estudio, como han sido los procesos de intercambio de información y experiencias curriculares entre las instituciones afiliadas, proceso retroalimentador que nutre y orienta el quehacer de las instituciones, en pro de la enseñanza superior en las facultades y escuelas de negocios.

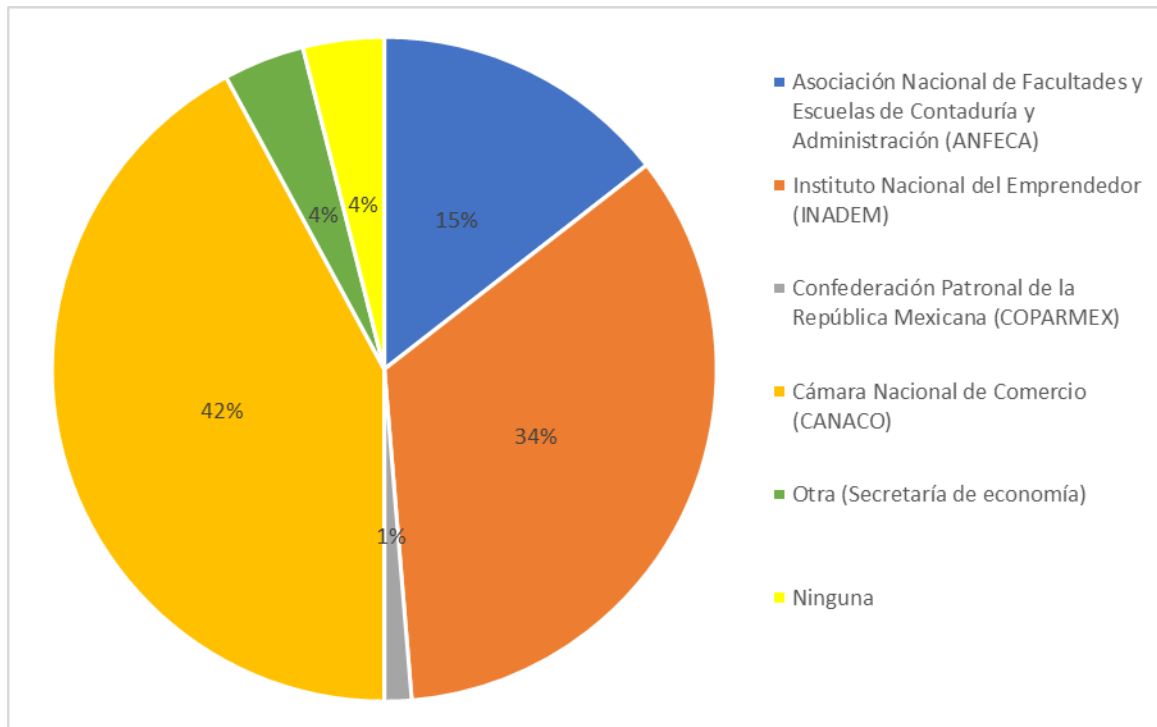
Dentro de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) se encuentra una Coordinación Nacional de Universidad-Empresa cuyo objetivo es fortalecer el perfil de egreso de los estudiantes de las Universidades afiliadas a la ANFECA, a través de un programa de vinculación que fomente la competitividad y el desarrollo económico con proyectos empresariales.

De ahí se deriva la necesidad de investigar entre jóvenes universitarios como los entornos diversos académicos e institucionales influyen o promueven el emprendedurismo, de lo cual se refieren los siguientes resultados.

El 88% dijo conocer al menos una institución que fomente y apoye el emprendimiento de negocios, mientras que solo el 12% dijo no conocer ninguna institución de este tipo. De ellos, el 42% de los alumnos dijo conocer a la Cámara Nacional de Comercio (CANACO), seguido de un 34% que respondió conocer al Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y por último solo el 15% a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), a pesar de que la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas es miembro de esta última. Por lo que se considera que la intervención de al menos una institución de acuerdo a los factores institucionales es imprescindible para la puesta en marcha de un negocio. Ver Figura No. 1

De los encuestados, más del 50% refiere haber conocido a las instituciones que fomentan el emprendimiento a través de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), por requerimientos de su profesor y/o alguna investigación académica, seguidos con el 21% que las conoció a través de internet.

Figura No. 1 Instituciones de fomento y apoyo al emprendimiento



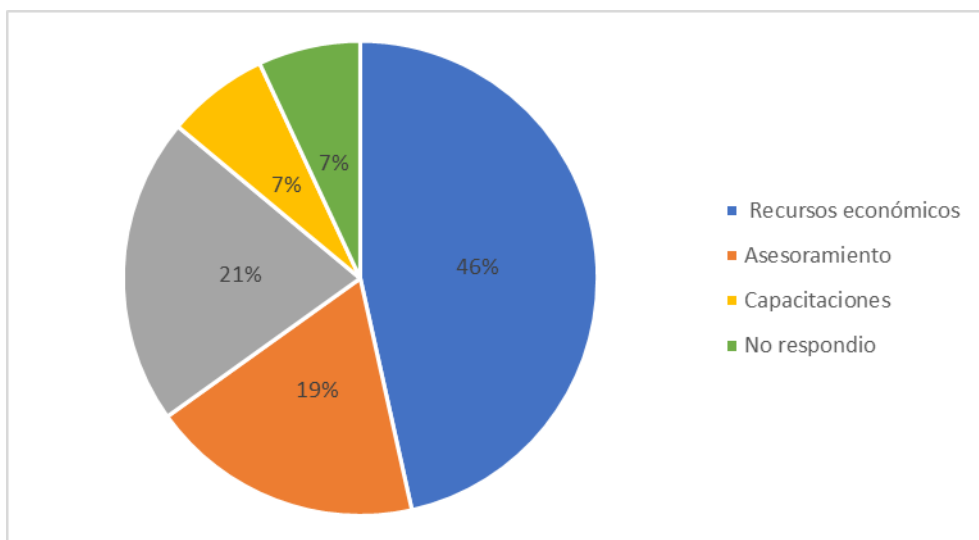
Fuente: Elaboración propia

Conocer a las instituciones les da la oportunidad de saber cuáles son los beneficios a los que pudieran tener acceso en caso de emprender un negocio, por lo que se les cuestionó al respecto de éstos,

encontrándose que el 46% considera que son los recursos económicos uno de los principales beneficios que las instituciones ofrecen a los emprendedores, es decir que, el factor económico es el que incide en el hecho de emprender o no, mientras que el 19% considera que son las capacitaciones y poco más del 20% no respondió a la pregunta por lo que se entiende desconocen del tema. Ver figura No. 2

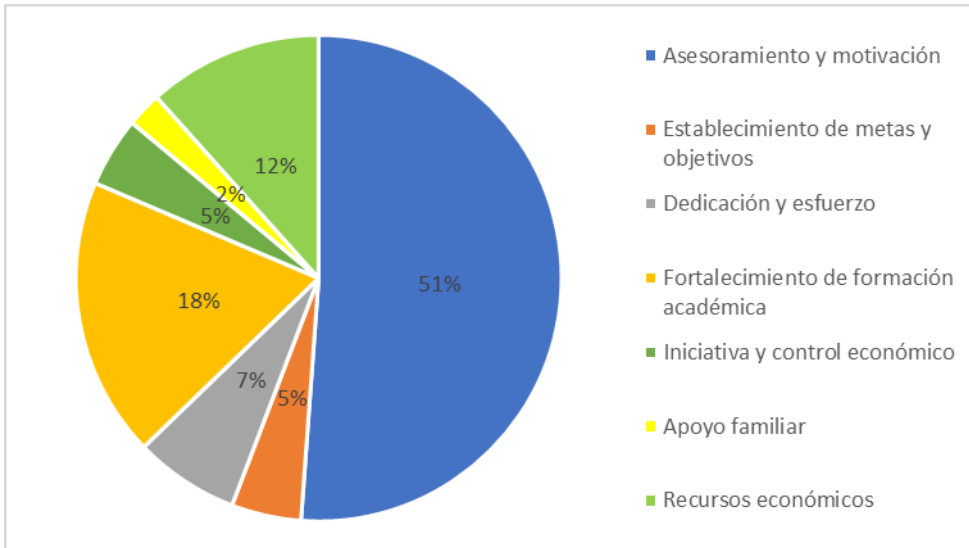
La pregunta siguiente fue si al conocer a las instituciones que fomentan el apoyo a los emprendimientos, habían tenido algún acercamiento a ellas para recibir el apoyo requerido a lo que el 51% de los alumnos refirió haberlo hecho al menos con alguna de ellas, mientras que el 49% respondió que no se han acercado a ninguna.

Figura No. 2 Beneficios de las instituciones para los emprendedores



Fuente: Elaboración propia

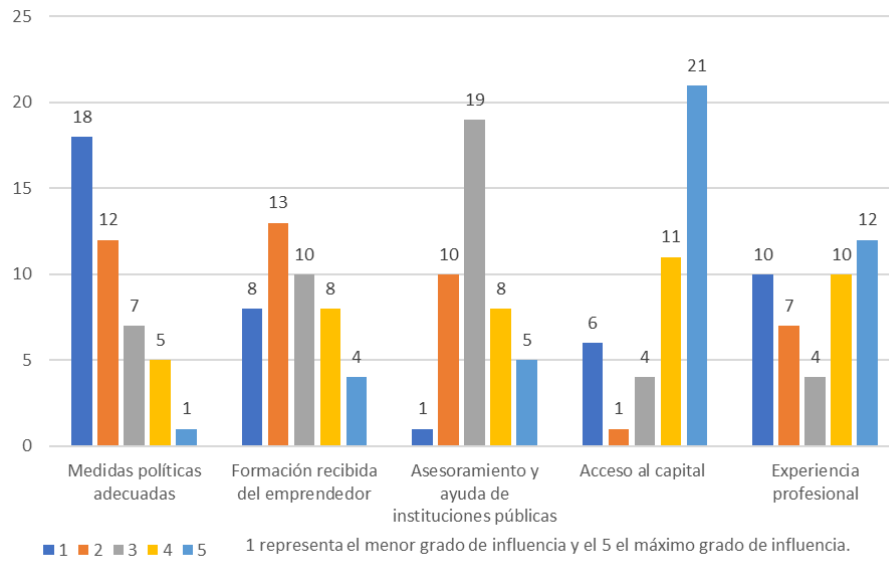
Aún así el 50% considera que con asesoramiento y motivación puede enfrentar los problemas con los que se encuentre al momento de emprender, seguido de un 18% que considera que requiere fortalecimiento en la formación académica y de recursos económicos, como se observa en la figura 3.

Figura 3. Formas de enfrentar problemas en el emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

De los alumnos encuestados la mayoría coincide en que las medidas políticas no tienen una mayor influencia en la creación de empresas, mientras que la formación recibida del emprendedor se encuentra en el nivel 2 de consideración, por otro lado el asesoramiento y ayuda de instituciones se ubica en el nivel medio de influencia, por otro lado el acceso de capital demostró tener el mayor grado de influencia para los encuestados y por último en cuanto la experiencia profesional encontramos diversas opiniones lo que significa que para los alumnos este aspecto no afecta en el momento de crear una empresa.

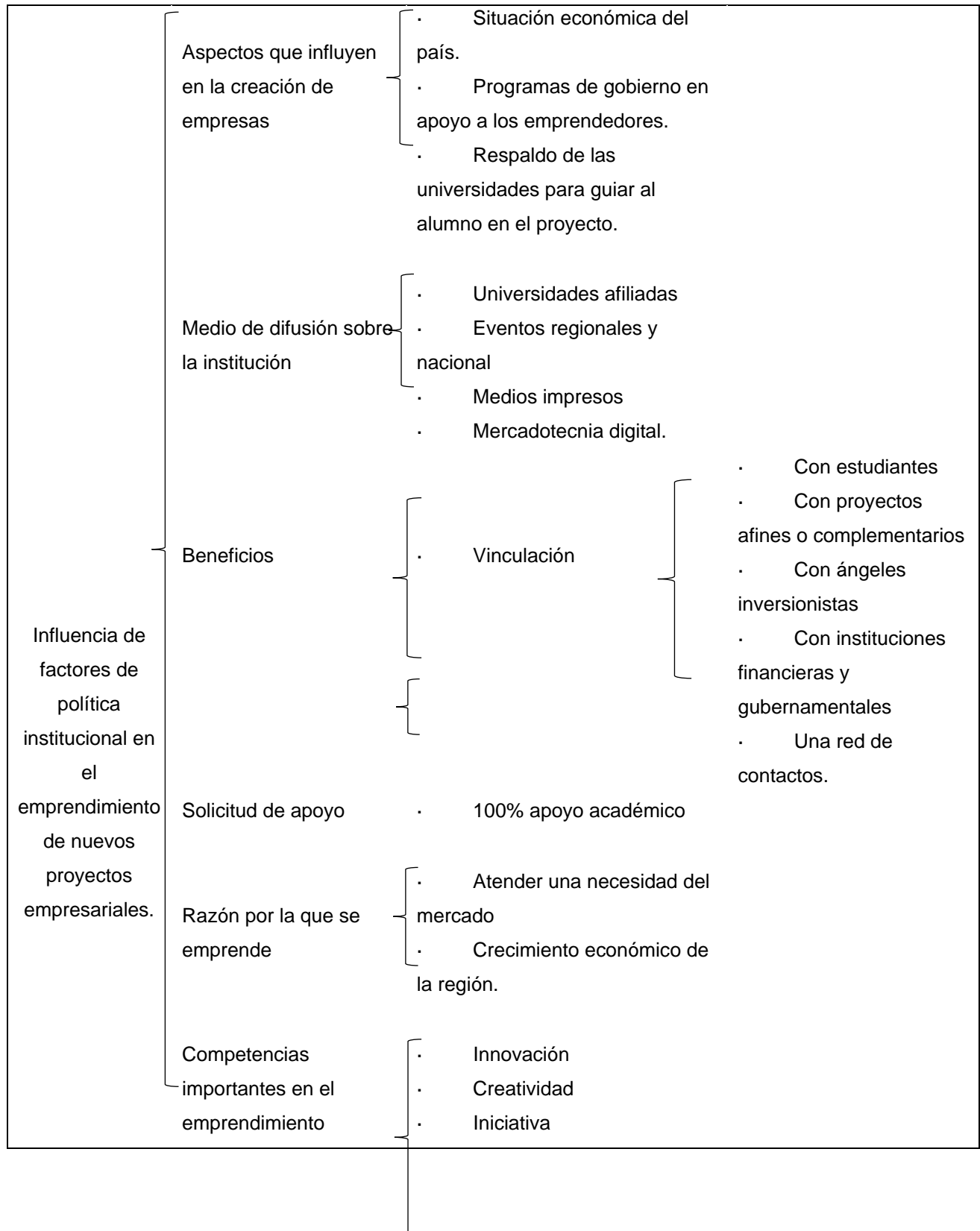
Figura No. 4 Influencia de los factores institucionales en la creación de empresas

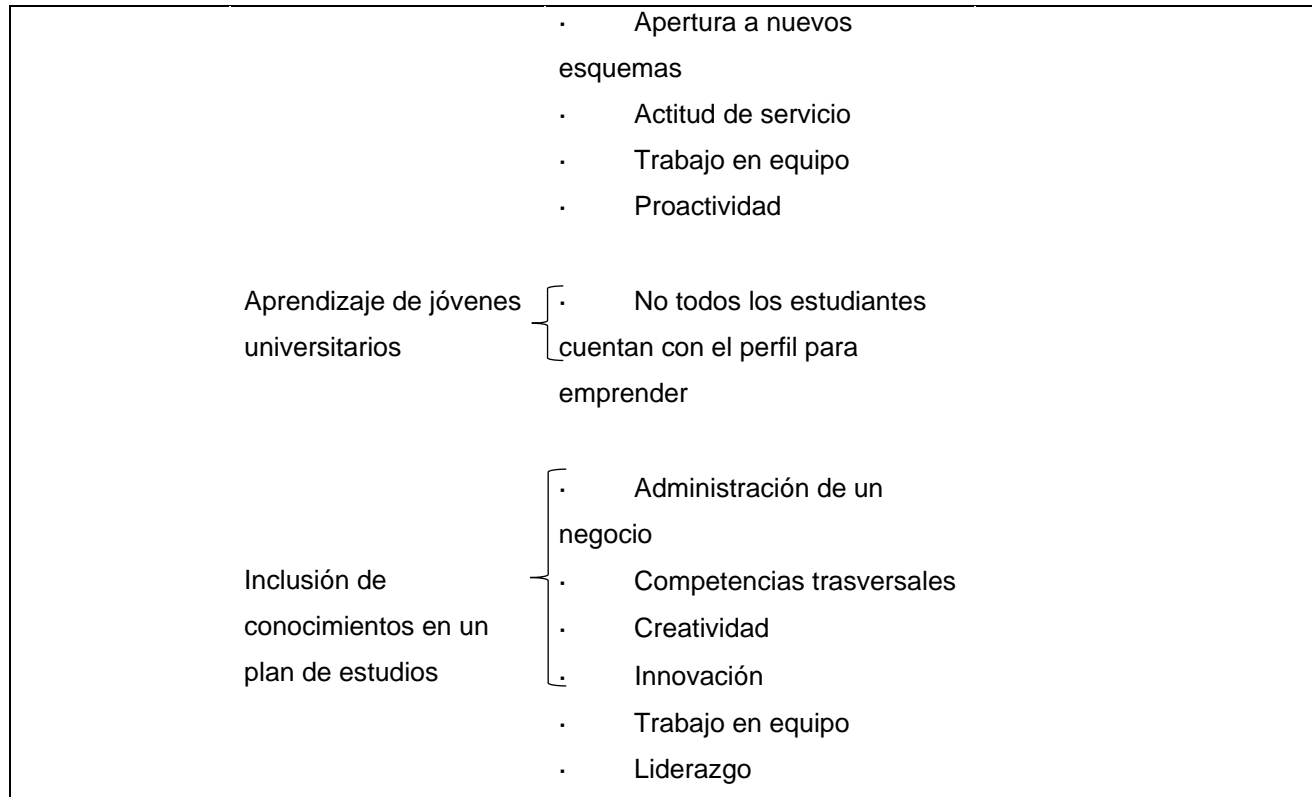


Fuente: Elaboración propia

Revisando información de la ANFECA, se encontró que dentro sus programas se promueve el apoyo a las actividades que generen proyectos de emprendedores, adicional a lo cual manifiestan que son determinantes aspectos como la situación económica del país, los programas de gobierno en apoyo a emprendedores, así como el respaldo que las propias universidades brinden al guiar a los estudiantes en la generación y aprobación de los proyectos, la institución provee diversas plataformas para la concurrencia de estos factores. Ver cuadro no. 1

Cuadro No. 1 Factores institucionales que influyen en el emprendimiento





Fuente: Elaboración propia, con datos de la entrevista a ANFECA

Conclusión.

A través de la investigación se logró identificar los principales factores psicosociales que influyen en el emprendimiento de los jóvenes universitarios, mediante el análisis y búsqueda de información de datos secundarios, así mismo se identificó las principales factores que determinan que exista o no la puesta en marcha de un negocio en los alumnos de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas Sub sede Villa Corzo, en donde se recurrió a los datos primarios: como encuestas a los alumnos de la universidad, al personal docente de la misma y a jóvenes emprendedores, además de una entrevista semiestructurada a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) que permitió recabar información necesaria y relevante. Finalmente se puede tener una comparación de los diferentes puntos de vista respecto a un tema en común.

Los principales factores que tienen lugar en un emprendimiento de acuerdo a las diferentes opiniones obtenidas son las siguientes: En primer lugar, se encuentran los factores institucionales, ya que es un factor considerado en el inicio de cualquier puesta en marcha, independientemente de la actividad principal del negocio. Se considera que el principal factor determinante de un emprendimiento es el

acceso de recursos económicos, a pesar de tener a su disposición a la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) en la que la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas participa como miembro activo, esto ocurre como consecuencia de la desinformación que los alumnos tienen sobre dicha institución y sobre cuestiones de financiamientos y asuntos legales, por lo que se considera necesario poder incluir en el plan de estudios nuevas competencias que ayuden o enriquezcan las bases de lo ya adquirido, para fortalecer las bases teóricas que según las opiniones del personal docente es insuficiente ya que también se requiere aprendizaje práctico.

Bibliografía

- Audretshch. (2002). Factores de éxito de un emprendimiento: un estudio exploratorio con base en técnicas de Data Mining. En M. y. Messina.
- Belso. (2004). El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial. En C. y. Hernández.
- Bijarro Hernández, L. C. (2010). *La cadena de suministros en bovinos productores de carnes: un enfoque sociopecuario*,. (E. e. www.eumed.net/libros/2010c/745/, Ed.) Málaga, España: EUMED.
- Eurobarómetro. (2004).
- Grasso. (2006). El Proceso de la Investigación científica. . En M. Tamayo y Tamayo. México: Editorial Limusa S.A. .
- Keuschnigg, & Nielsen. (2002). Emprendedor del éxito. Mc Graw Hill, pp.12-18. En R. Alcaraz.
- Lomax. (1990). Métodos de investigación en Educación Especial. En F. Murillo.
- SAGARPA, SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO RURAL, DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO RURAL. (01 de Abril de 2001). www.academia.edu. Recuperado el 1 de Noviembre de 2018, de www.academia.edu:
https://www.academia.edu/9245637/SAGARPA_SAGARPA_1_1_LAS_CADENAS_PRODUCTIVAS_AGROALIMENTARIAS_DIRECCION_GENERAL_DE_ESTUDIOS_PARA_EL_DESARROLLO_RURAL
- Sampieri, R. C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Sampieri, R. C. (2006). *Metodología de la investigación*, (4ª edición, ed.). México: Mc Graw Hill,.
- Sánchez, A. (2003).
- Universia. (2018).
- Varela. (1998). Emprendedor del éxito. En R. Alcaraz. Mc Graw Hill.