

Artículo 8. Estudio de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios: un análisis del perfil emprendedor

Study of entrepreneurship in university students: an analysis of the entrepreneurial profile

Gúzman Pérez, Diana Soledad;
Hernández Gracia, Tirso Javier
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Problema de investigación

En poco más de dos años a la fecha, México ha alcanzado su nivel más alto de desempleo (García, 2019). De acuerdo con las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2019), en marzo de ese año la tasa de desempleo nacional ascendió a 3.6% de las personas económicamente activas, resaltando que la informalidad laboral ha aumentado, ya que de cada 100 personas que realizan un trabajo, 57 operan en la informalidad. Aunado a esto, la creación de empleos no es proporcional al número de egresados universitarios y la vocación que aún se sigue generando en las universidades es preparar a los estudiantes para ser empleados, en lugar de emprender o generar su propio medio laboral (Homs, 2017). Por lo que el desempleo ha ido en aumento debido a la insuficiente oferta de trabajo actual y a la desbordada demanda de fuentes de empleo.

Por su parte, el concepto de emprendimiento ha tomado mayor fuerza en las últimas décadas, pues se ha convertido en un generador del desarrollo económico y social, asociado con la creación de empresas, porque representa una de las fuentes de progreso en la sociedad actual, lo

que ha generado inversiones en la economía local, creando nuevos empleos y aumentando la competitividad e innovación (Salinas & Osorio, 2012). Cabe mencionar que las iniciativas de emprendimiento cada vez son mayores en los jóvenes, recurriendo a esta actividad como un medio para crear su propio empleo y ser independientes (Martínez, 2016). Por lo que es importante establecer un perfil emprendedor, para conocer las características y competencias que les permitan visualizar, definir y alcanzar objetivos (Isenberg, 2010).

El presente trabajo de investigación se hizo en una institución pública de educación superior, en la cual, mediante la observación y derivado de las entrevistas realizadas, se identificó que los alumnos no perciben que se les educa para ser emprendedores. Por su parte, los directivos no fomentan con exactitud acciones precisas orientadas al emprendimiento; por ende, no tienen un estudio que defina el perfil emprendedor de sus egresados.

Actualmente, la universidad cuenta con un Centro de Incubación e Innovación Empresarial (CIIE), pero no está desarrollando las funciones propias al 100%, como son la difusión y el acompañamiento a jóvenes que deseen crear su propia empresa. Además de presentar una débil gestión de capacitaciones y recursos para los posibles proyectos que los alumnos propongan, debido a que sólo una persona está a cargo de esta oficina. Por otra parte, existe en la institución un modelo de talento emprendedor que los catedráticos deben replicar a los alumnos, brindándoles información y asesoría para el fomento al emprendimiento, pero en entrevista con la persona encargada del CIIE, ésta comenta que dicha labor no la están llevando a cabo como debería ser, y que no es cuestión de la formación profesional de los profesores, sino de su actitud

y compromiso para transmitir a sus alumnos lo que significa emprender. Agregó que la mayoría de los catedráticos se dedican a la docencia y pocos están en la práctica de su profesión e investigación.

Derivado de esta problemática, es importante conocer el perfil emprendedor de los jóvenes universitarios, para posteriormente identificar áreas de oportunidad, donde directivos y catedráticos de la institución pública objeto de estudio puedan implementar acciones orientadas al emprendimiento.

Objetivos del estudio

Objetivo general

Conocer la actitud emprendedora en estudiantes universitarios de una institución pública mediante el análisis de sus características emprendedoras personales, con el propósito de integrar un perfil emprendedor que permita identificar áreas de oportunidad, para proponer estrategias de reforzamiento en programas educativos, así como implementar acciones orientadas a fomentar la creación de empresas.

Objetivos específicos

1. Segmentar a los estudiantes universitarios que tienen un negocio propio o familiar, o la intención de crear su propia empresa, con aquellos jóvenes cuyo objetivo es trabajar en una empresa ya establecida. Lo que conlleva a conocer y diferenciar las características sociodemográficas y actitudes emprendedoras personales de los estudiantes universitarios de una institución pública de educación superior.
2. Integrar un perfil emprendedor de los estudiantes universitarios que tengan la

intención de emprender, mediante el análisis de las características sociodemográficas y las actitudes emprendedoras.

3. Identificar las áreas de oportunidad en el estudio de la actitud emprendedora en jóvenes universitarios, para proponer estrategias de reforzamiento en programas educativos de la institución objeto de estudio, donde directivos y catedráticos puedan implementar acciones orientadas al emprendimiento.

Aspectos claves de la revisión de la literatura

Hablar de emprendimiento es mencionar la figura del emprendedor, la cual se considera un agente económico y social, propenso a emprender en el ámbito o área en el que se desenvuelve, por cuenta propia o ajena; tiene valores y actitudes innatas, como la capacidad de iniciativa, la pasión y habilidad para liderar a otros. Por otra parte, el emprendedor debe adquirir conocimientos de carácter legal, financiero y administrativo, para obtener un perfil emprendedor profesional (Sánchez, 2010).

Han surgido teorías explicativas sobre el emprendimiento desde las distintas áreas de investigación. Tras una revisión exhaustiva de estudios teóricos y empíricos, Sánchez (2010) agrupó las diferentes corrientes en tres enfoques o perspectivas teóricas: la sociológica, la económica y la psicológica, dichas perspectivas son el eje epistemológico en el que se basa el presente estudio de caso.

- a) La perspectiva económica explica el emprendimiento en la creación de empresas como factor de desarrollo económico. Los emprendedores toman las innovaciones básicas y las

transforman en innovaciones económicas. Esta perspectiva se construye de la práctica para identificar, apoyar y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de utilidades y beneficios.

- b) La perspectiva sociológica expone que la decisión de convertirse en emprendedor está condicionada por factores externos o del entorno social; es decir, son los factores socioculturales o el marco institucional el que determina el emprendimiento en un momento o lugar. También esta perspectiva incluye el tejido empresarial y los entornos familiares. Por lo que en zonas o regiones geográficas donde existe una cultura emprendedora arraigada es más probable que surjan emprendedores. Esta última aseveración está explicada en la teoría del rol, así si una persona está inmersa en un contexto de tradición familiar empresarial es más probable que asuma el rol de empresario, ya que su entorno espera eso de la persona.
- c) La perspectiva psicológica explica las características, los atributos o rasgos que hacen que determinadas personas lleguen a ser emprendedores, asimismo especifica las características de los emprendedores de éxito frente a los que no lo son. A su vez, este enfoque se relaciona con dos orientaciones: la teoría de los rasgos de personalidad y la teoría orientada a procesos. En la primera teoría señala que las características personales de los empresarios tienen influencia sobre el tipo de empresa que ellos crean y sobre la forma en que la

administran. La segunda teoría se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones, actividades y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la creación de empresas de desarrollo.

En el ámbito académico, Thursby y Fuller (2009) señalan que la formación de emprendedores debe darse en los diferentes niveles de educación superior, en licenciatura, maestría y doctorado; teniendo relación la educación y la creación de empresas. Por su parte, Krauss (2011) menciona que una de las funciones de las instituciones educativas es identificar y fomentar a los universitarios que pueden llegar a ser empresarios. Es por ello que se debe impulsar el desarrollo de las actitudes emprendedoras para que una vez graduados decidan emprender y contribuyan al desarrollo económico del país. En este sentido, se intuye que los estudiantes universitarios con formación en negocios o administración empresarial tienen una mayor intención de emprender, además de estar influenciados por otros factores como la presencia de familiares empresarios o sus características sociodemográficas.

Se han hecho estudios relacionados a identificar y analizar las características emprendedoras en estudiantes. Para ello, se cita el trabajo de Contreras, Silva y Liquidano (2015), quienes contemplaron el análisis de la actitud emprendedora con siete dimensiones: autoconfianza, comportamiento en innovación, motivación de logro, autoeficacia emocional, liderazgo, proactividad y tolerancia a la incertidumbre, que en su conjunto contrastan con la actitud emprendedora de estudiantes de hijos de padres autoempleados respecto a los padres no autoempleados, recolectando los datos de

una muestra de una institución de educación media del estado de Aguascalientes, obteniendo como resultado que los estudiantes de hijos de madres autoempleadas presentaron una actitud emprendedora más alta que los de madres no autoempleadas, añade que en la comparación basada en el autoempleo de los padres la diferencia fue significativamente menor.

Asimismo, Espíritu y Sastre (2011) presentaron un estudio sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una comunidad universitaria ubicada en Madrid, España, cuyo objetivo fue identificar las características que se relacionan con el espíritu emprendedor que, a su vez, conllevan a la creación de empresas. Señalaron que las características básicas que debe poseer cualquier persona que desea emprender una actividad empresarial deben ser manifestadas en todo momento en la gestión que realiza, las cuales están agrupadas en cuatro rubros: los valores personales (autotrascender, conservación, apertura al cambio y autoengrandecimiento), los rasgos psicológicos, las características sociodemográficas (edad, género, ámbito de desarrollo, antecedentes familiares, experiencia laboral), y por último la formación en el desarrollo académico y profesional, así como la formación en la creación de empresas. Añadieron que para ser empresario es importante el deseo, la manifestación, el interés, la aspiración, que vaya acompañado de un motivo fuerte, importante y legítimo de emprender y desarrollar una actividad, así como poseer el conocimiento y capacidad en el campo al que se dedicará, ya que trabajará con elementos diferentes e interdisciplinarios. Después de aplicar el instrumento de medición a una muestra de estudiantes universitarios obtuvieron entre los resultados más relevantes que la existencia de

familiares empresarios o autoempleados en los estudiantes influirá positivamente en su actitud emprendedora. La experiencia previa adquirida en trabajos anteriores influirá en su actitud emprendedora. Los estudiantes que muestran un alto grado de valor superior en conservación no presentarán necesariamente mayores posibilidades de crear su propia empresa, y la participación de los estudiantes universitarios en las materias y los cursos sobre creación de empresas influirá positivamente en su intención emprendedora.

Krauss (2011) también llevó a cabo un estudio similar en la Universidad Católica del Uruguay (UCU), donde analizó las actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios pertenecientes a carreras empresariales y los cambios que tienen desde que ingresan a la universidad hasta que han cumplido tres años de experiencia académica. Analizando el perfil del emprendedor universitario desde cinco dimensiones: necesidad de logro, autoestima, innovación, control interno y asunción de riesgo. Llegando a la conclusión de que los universitarios con padres emprendedores y estudiantes que trabajan tienen una mayor actitud emprendedora global, pero disminuye su capacidad emprendedora a partir del primer año de experiencia académica, las actitudes que más se redujeron son la necesidad de logro y el control interno.

La actitud emprendedora se encuentra condicionada por factores contextuales, culturales, sociales, económicos y personales. Esto da como resultado un perfil determinado por rasgos de personalidad que definen a los emprendedores (Pedrosa, 2015). La actitud emprendedora puede definirse como una conducta permanente para administrar los

recursos que se tienen y, con ellos, hacer actividades productivas (Quintero, 2007).

Justificación y contribución del estudio

Es conveniente hacer la investigación debido a que ha aumentado el índice de desempleo, y la tendencia al emprendimiento es una alternativa para contribuir a subsanarlo. Este tipo de investigaciones se puede replicar a otras instituciones públicas y privadas, así como llevar a cabo estudios comparativos entre universidades, a fin de identificar qué factores o características motivan a los estudiantes a emprender, así como integrar acciones que los orienten a crear su propio negocio. La importancia de realizar esta investigación recae en un principio en el beneficio social para la institución educativa, que es el objeto de estudio, para ofrecerle un perfil de sus estudiantes en relación con su actitud emprendedora, por medio del cual se puedan identificar áreas de oportunidad e instrumentar estrategias mediante una serie de actividades o la actualización de su programa educativo, encaminadas al reforzamiento y fomento de una cultura emprendedora, que incentive la creación de empresas en sus egresados. También se puede identificar posibles emprendedores universitarios que pudieran ser en una siguiente etapa empresarios potenciales, lo cual contribuirá a atender las necesidades de la sociedad y, por ende, del desarrollo local.

Propuesta metodológica

El diseño metodológico del trabajo corresponde a una investigación con enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, además de ser descriptivo y transversal. El estudio cualitativo se constituye de las herramientas de observación y de

entrevistas semiestructuradas, abiertas y periódicas, que reflejen el comportamiento, las percepciones y formas de pensar de alumnos, directivos, catedráticos que imparten asignaturas relacionadas al tema de estudio; asimismo de expertos en la materia de emprendimiento, como lo son representantes de organizaciones gubernamentales que ofrecen programas de fomento empresarial, de directores de cámaras de comercio y negocios, así como de algún egresado universitario de la institución objeto de estudio que haya decidido crear su propia empresa. Con relación a sus respuestas se identificarán redes semánticas procesadas en el software Atlas Ti.

Por otro lado, en la parte cuantitativa, el instrumento de recolección de datos es un cuestionario integrado por 75 reactivos, dividido en dos partes. En la primera se muestran 20 preguntas sobre las características sociodemográficas que analizan la edad, el género, el domicilio, la experiencia laboral, los familiares empresarios y el ámbito de desarrollo. Éstas en su mayoría se responden con un sí o no, con los resultados obtenidos se realizarán algunas correlaciones. En esta parte se identifica y diferencia aquellos jóvenes que trabajan y estudian, si tienen un negocio propio o familiar, si tienen la intención de crear una empresa o formalizar algún negocio ya existente, o su objetivo al terminar sus estudios profesionales es incorporarse al negocio familiar o a una empresa ya establecida.

La segunda parte es un cuestionario llamado Características Emprendedoras Personales (CEP), creado por Briasco (2014), integrado por 55 reactivos que evalúan diez características o actitudes emprendedoras personales, las cuales son búsqueda de oportunidades, persistencia, cumplimiento de compromisos, autoexigencia de

calidad, correr riesgos, fijar metas, conseguir información, planificación sistemática, persuasión y autoconfianza. La escala utilizada del CEP es de tipo Likert de 5 grados, donde significan: 1= nunca, 2= raras veces, 3= algunas veces, 4= generalmente y 5= siempre. Después de registrar las puntuaciones obtenidas del CEP, se llega a un resultado interpretando para cada una de las características un nivel alto o superior, nivel medio o moderado, o un nivel débil. En los resultados, en específico de los estudiantes universitarios con la intención de emprender, se identificarán aquellas características con un nivel bajo o medio, para proponer reforzarlas mediante acciones orientadas a que los estudiantes al terminar sus estudios tengan un perfil emprendedor idóneo para iniciar su propia empresa.

La población principal objeto de estudio está constituida por 67 estudiantes universitarios que constituyen el censo, los cuales cursan los últimos semestres de la Licenciatura en Administración de una institución pública de educación superior, a quienes se les aplicará entrevistas, observaciones y el instrumento cuantitativo de recolección de datos. Dicha selección de estudiantes, se llevó a cabo debido a la preparación académica que poseen y a su próximo ingreso laboral. Además, se consideran como población a los directivos, maestros y coordinadores a quienes se les aplica entrevistas. Dicha institución se encuentra ubicada en el municipio de Pachuca de Soto, Hidalgo. La recolección y el análisis de datos del estudio se realizó de octubre a diciembre de 2019.

Referencias

- Briascó, I. (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Madrid, España: Narcea Ediciones.
- Carlos, C., Contreras, L., Silva, M., & Liquidano, M. (2015). El espíritu emprendedor y un factor que influencia su desarrollo temprano. *Conciencia Tecnológica*, 49, 46-51.
- Espíritu, R., & Sastre, M. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- García, A. (abril 2019). Desempleo en México alcanza su nivel más alto en poco más de 2 años. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Desempleo-en-Mexico-alcanza-su-nivel-mas-alto-en-poco-mas-de-2-anos--20190423-0032.html>.
- Homs, R. (septiembre 2017). Desempleo entre universitarios. *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/ricardo-homs/desempleo-entre-universitarios>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (septiembre 2019). *Tabulados: Indicadores estratégicos. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>.
- Isenberg, D. (junio 2010). The big idea. How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2010/06/the-big-idea-how-to-start-an-entrepreneurial-revolution>
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40.
- Martínez, A. (2016). Factores socioculturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 21(74), 312-330.
- Pedrosa, I. (2015). *Evaluación de la personalidad emprendedora mediante un Test Adaptativo Informatizado (tai)*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- Quintero, C. (2007). Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Evolucionando emprendedores UNAB. Recuperado de https://docplayer.es/8276352-Generacion-de-competencias-en-jovenes-emprendedores.html#show_full_text.
- Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151.
- Sánchez, J. (2010). *Educación emprendedora y nuevas tecnologías; el futuro de la universidad y la universidad del futuro*. Santiago de Compostela. España: Andavira Editora.
- Thursby, M., & Fuller, A. (2009). An integrated approach to educating professionals for careers in innovation. *Academy of Management Learning & Education*, 8(3), 389-405.