

Análisis de los aspectos que influyen en la generación del emprendimiento en los alumnos Universitarios en México

Track 5.- Emprendimiento y PYMES

Resumen

Los estudios de emprendimiento en los alumnos universitarios, han sido ampliamente estudiados en los últimos años con la finalidad de prevalecer este tipo de acciones en el alumno universitario. Las Universidades como agentes detonantes del desarrollo de individuos que generen y sean partícipes del bienestar en el mundo, son responsables de desarrollar programas dinámicos que permitan al alumno en su formación estar acorde a las necesidades manifiestas de una sociedad altamente demandante. Esto nos lleva a plantear el objetivo de esta investigación que es analizar los factores del entorno que se relacionan con la intención emprendedora de los alumnos universitarios. Los datos se recabaron de manera aleatoria a través de una encuesta que fue aplicada a 137 alumnos de la licenciatura en administración de una Universidad Pública en la zona Norte. Entre los resultados se encontró que las actitudes del emprendedor y la experiencia en negocios son elementos que detonan la intención emprendedora del alumno universitario. La trascendencia de esta investigación es, que en base a su análisis se podrán generar estrategias didácticas que permitan incorporar a la academia nuevos modelos educativos para la formación profesional que promuevan estos elementos para fortalecer la intención emprendedora.

Palabras Clave: Emprendimiento, Universidad México

Introducción

El emprendimiento universitario es cada vez mayor objeto de estudio en la sociedad, considerando que los emprendedores tiene un rol fundamental en la creación de bienestar en la sociedad, es importante examinar la intención emprendedora de las personas al ayudar a mejorar el entendimiento sobre el potencial comportamiento emprendedor (Zhang, Wang y Owen, 2015); es aquí donde el rol de las universidades a través de sus programas de apoyo al emprendimiento y la intención emprendedora juegan un papel trascendente en la prevalencia de este tipo de comportamientos (Azanza y Campos, 2014). El desarrollo de las habilidades para lograr emprendimientos que se traduzcan en empresas depende en gran medida de la triple hélice de desarrollo (universidad, gobierno y empresa), es decir, depende de la educación, el soporte económico financiero y la experiencia empresarial (Moreno y Espíritu, 2010 en Ochoa et al. 2015)

En los estudios del emprendimiento, se encontró que este ha sido estudiado desde 3 perspectivas teóricas, la primera son las teorías del comportamiento, estas, están centradas en la intención del individuo por realizar una conducta determinada, donde las intenciones reflejan los factores motivacionales que influyen en el comportamiento. La perspectiva de las teorías motivacionales, indican como la psicología ha realizado contribuciones buscando una mejor comprensión de las razones que motivan a las personas a convertirse en creadoras de empresas, y desde la teoría económica se contempla la importancia del emprendedor pues es una de las fuerzas que conduce al desarrollo económico, de este espíritu emprendedor va a depender el grado de prosperidad que pueda alcanzar una sociedad (Hisrich, Peters y Dean, 2005).

Para efectos de este análisis se consideró la perspectiva de las teorías del comportamiento, considerando las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Tienen los alumnos las actitudes emprendedoras desde que están estudiando su licenciatura en las áreas de administración?

- ¿Hay influencia de tener una cercanía con una empresa familiar para impulsar el emprendimiento?
- ¿Hay innovación en el emprendimiento de los alumnos y
- ¿Saber si los estudiantes tienen una actitud de emprendimiento internacional?

Por lo tanto, el objetivo general del estudio es identificar los aspectos que impulsan la intención del emprendimiento en los alumnos que estudian Administración en una Universidad Pública de la zona Norte.

Como hipótesis operativas se formularon las siguientes respuestas a las preguntas de investigación:

H1.- Los alumnos tienen las actitudes emprendedoras para impulsar el emprendimiento-

H2.- La experiencia Familiar de Emprendimiento tiene una influencia en los alumnos para impulsar el emprendimiento?

H3.- Si hay innovación en los programas de emprendimiento que tienen los alumnos que estudian Administración de Empresas

Revisión de Literatura

El concepto de Emprendimiento

Actualmente en la dinámica del mundo globalizado en el que vivimos, se necesitan aspectos que permitan la prosperidad como es la innovación y la tecnología, en países de América Latina existe apoyo por parte de organismos públicos y privados para los emprendedores que tengan planeado crear empresas tecnológicas, las cuales tienen como principal activo el conocimiento tecnológico y el “know-how”, los cuales son el pilar de su ventaja competitiva. La relación entre un emprendedor medio y un emprendedor de base tecnológica es que ambos tienen un estilo de trabajo, motivación al logro, control percibido, autoestima, liderazgo y empatía.

Considerando la literatura la diferencia radica en que un emprendedor de base tecnológica cuenta con estudios de nivel superior, además cuenta con experiencia laboral en la actividad que quiere emprender, y un emprendedor medio puede no tener educación formal y no contar con experiencia, ya que se podría decir que se guía más por la motivación, autoestima y liderazgo (Lanzas, et al. 2009).

Los estudios del Monitor Global de la Actividad Emprendedora (2013), señalan que la tasa de emprendimiento en México ha venido creciendo desde el 2010 al 2013, pasando del 10.5% al 14.8% respectivamente. Esto se explica en parte porque la tasa de emprendimiento radica en la contribución que la actividad emprendedora hace sobre la economía de un país, motivando la creación de empleo y la innovación de la empresa (Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2013).

En las últimas décadas, el estudio del emprendedor ha tenido su máximo auge pcomo se puede observar como las ventas de libros de este tema, tomando como ejemplo Amazon.com, ha sobrepasado los 118,000 títulos en los últimos años. Los cursos en las Universidades de Estados Unidos en 1988, eran poco menos de 250 cursos relacionados con el emprendimiento y hoy en día sobrepasan los 5,000 cursos.

Por lo tanto, un emprendedor no es alguien que tiene una idea y es capaz de crear una empresa, ya que este se podría definir como solamente un empresario, un emprendedor es un empresario que constantemente encuentra oportunidades, las aprovecha para generar los mayores beneficios posibles, por lo cual está innovando (Castiblanco, 2013).

De igual amnera, se define al emprendedor desde el enfoque general “el cual es creativo y poseedor de un cúmulo de conocimientos con base científica y tecnológica que, en equilibrio con su desarrollo humano y su responsabilidad social, es capaz de estructurar su proyecto de vida, ofreciendo bienes y servicios, formando empresas competitivas y detonantes del desarrollo económico regional y nacional” (UANL, s.f.).

Se menciona también que los emprendedores gestionan e integran todos los recursos que necesitan (dinero, personas, estrategias y modelo de negocios) para transformar su invención o idea en negocios viables, ante ello se responde la pregunta del por qué ser emprendedor? Las tres razones primarias que señala Barringer (2006) son: para que las personas comiencen este proceso son el deseo por ser su propio jefe;, el deseo de seguir sus propias ideas y las ganancias monetarias. En ellos se pueden visualizar cuatro características

- La pasión por los negocios (ejercen una influencia positiva en las personas que los rodean),
- Estar enfocado a un producto o cliente (conocen a fondo el mercado o producto que ofrecen ya que en su mayoría ellos lo fabrican o están inmersos en su producción),
- Tenacidad a pesar del fracaso (capacidad para perseverar a través de los reveses y fracasos)
- e Inteligencia en la ejecución, que es la capacidad de modelar o transformar una idea de negocio en un negocio viable (Barringer, Ireland, 2006).

MetodologíaEl presente trabajo de investigación se realiza con un enfoque cuantitativo. El tipo de investigación es descriptivo, correlacional y explicativo, en cuanto al diseño de la misma es no experimental. Dentro de las técnicas utilizadas fueron la documental y bibliográfica para la recolección de la información y revisión del marco teórico y se empleó la técnica de campo mediante la adaptación y aplicación de encuestas para obtener los datos de análisis.

El instrumento utilizado en esta investigación fue adaptado del instrumento base utilizada por el Tecnológico de Monterrey Campus Puebla desde el 2011 y por la Universidad Católica del Uruguay y Universidad de Valparaíso desde el 2014 que utilizan para medir estos

comportamientos. El cuestionario adaptado incluye 64 preguntas cerradas unas con respuestas de escala tipo Likert y otras de opción múltiple.

Se dividió en 6 secciones: en la primera sección se solicitó los datos de control mediante el perfil de estudiante con respuestas abiertas y dicotómicas. En la segunda sección se analizan las actitudes emprendedoras del estudiante, en la tercera sección se aplica para reconocer la experiencia familiar que se tiene de emprendimiento, la cuarta sección analiza la innovación en el emprendimiento, la quinta sección mide el nivel de internacionalización de la empresa familiar, y una sexta sección para medir la intención de emprender por parte de los alumnos de la universidad.

Cabe mencionar que en las secciones 2, 4 y 5 se utilizó la escala Likert del 1 al 5 en donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 es en desacuerdo, 3 neutral, 4 es de acuerdo y 5 También en las secciones 2 y 3 hay preguntas cuya respuesta fue en forma de opción múltiple, abierta y dicotómica. En la sección 1 y 6 también hay algunas respuestas abiertas y de opción múltiple.

Para darle fiabilidad al instrumento se realizó una prueba piloto a un porcentaje significativo de la muestra seleccionada, dicha aplicación permitió identificar algunas oportunidades de mejora en la encuesta tales como la necesidad de reformular algunos reactivos que no se entendían con claridad, se flexibilizó el llenado de la encuesta y se identificaron los reactivos para facilitar el análisis. Posteriormente se aplicó el instrumento definitivo en forma impresa.

Como población objetivo se consideró a los alumnos sin importar el género, a nivel de Licenciatura del área de Administración que cursan el 3er y 4to semestre y que llevan la materia de emprendimiento, en una Universidad Pública de la zona Norte de México, por lo que se logró una recolección de 134 encuestas.

Resultados

En la presente investigación, se desarrollaron los siguientes análisis:

Prueba Piloto

En la tabla 1 se muestran los resultados de la aplicación de prueba piloto para medir la confiabilidad del instrumento que se adaptó para ser aplicado a los alumnos. Los resultados en general fueron satisfactorios de los coeficientes alfas de Cronbach de las variables independientes que son actitudes del emprendedor, experiencia en negocios e innovación en el negocio y de la variable dependiente emprendimiento en los negocios, las cuales están superiores al mínimo aceptable de 0.640. En cada una de ellas se muestran los ítems corresponde al número de preguntas consideradas en el instrumento de medición.

Tabla 1. Coeficientes alfas de Cronbach

VARIABLES INDEPENDIENTES	ALFA DE CRONBACH	NO. ITEMS
Actitudes del Emprendedor	0.643	7
Experiencia Familiar en Negocios	0.917	8
Innovación en el negocio	0.936	6
VARIABLE DEPENDIENTE	ALFA DE CRONBACH	NO.ITEMS
Emprendimiento	0.797	5

Fuente: SPSS-V18.

Por lo que esta medición nos permitió verificar la fiabilidad de cada constructo del instrumento aplicado con la finalidad de asegurar la calidad de cada variable.

Regresión Lineal Múltiple

Se capturaron las 137 encuestas para medir el efecto de las variables independientes con respecto a la variable dependiente a partir de la regresión lineal múltiple. Todos los valores fueron introducidos al software estadístico SPSS-V18, lo que permitió observar la linealidad de los datos (véase tabla 2) de acuerdo a Schwab (2007), el cual indica que correlaciones altas (>0.50) entre las variables es indicativo de linealidad, nos asegura que la relación entre la

variable dependiente Emprendimiento y las variables independientes Actitudes del emprendedor, Experiencia en negocios Familiares e Innovación en el negocio es significativo a través del rango de todos los valores.

Tabla 2. Correlaciones Pearson.

Correlations					
		EMPRENDER	ACTITUD	EXPERIENCIA	INNOVACION
Pearson Correlation	EMPRENDER	1.000	.569	.427	.367
	ACTITUD	.569	1.000	.456	.499
	EXPERIENCIA	.427	.456	1.000	.734
	INNOVACION	.367	.499	.734	1.000
Sig. (1-tailed)	EMPRENDER	.	.000	.000	.000
	ACTITUD	.000	.	.000	.000
	EXPERIENCIA	.000	.000	.	.000
	INNOVACION	.000	.000	.000	.
N	EMPRENDER	137	137	137	137
	ACTITUD	137	137	137	137
	EXPERIENCIA	137	137	137	137
	INNOVACION	137	137	137	137

Fuente: SPSS-V18

De igual manera al ejecutar la regresión lineal de las variables independientes, Actitudes del Emprendedor, Experiencia en Negocios Familiares e Innovación en el negocio con respecto a la variable dependiente EMPRENDIMIENTO se obtuvo los siguientes resultados.

El Durbin-Watson comprueba la independencia de residuales, detecta la presencia de auto correlación de primer orden en los residuales en una regresión, ya que el valor Durbin-Watson arroja un valor de 2.11, asegurando que no existe auto correlación en el modelo 2 muestra una regresión lineal valida (rango permitido 1.5 a 2.5), con coeficiente de correlación aceptadas (r) de 0.600 al igual que el coeficiente de determinación (r^2) de 0.359 (véase tabla 3).

Tabla 3. Resultados de la regresión lineal.

Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.569 ^a	.324	.319	.57661	.324	64.689	1	135	.000	
2	.600 ^b	.359	.350	.56334	.036	7.432	1	134	.005	2.111

a. Predictors: (Constant), ACTITUD

b. Predictors: (Constant), ACTITUD, EXPERIENCIA

c. Dependent Variable: EMPRENDER

Fuente: SPSS-V18.

Para determinar el modelo que refleja significancia entre las variables podemos observar que no se muestra multicolinealidad entre las variables independientes mostrando una colinealidad aceptables mediante el índice de factor de inflación de varianza (VIF) debido a que son menores a 10 (véase tabla 4).

Tabla 4. Índice de factor de inflación de varianza para ACTITUD.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.779	.334		5.323	.000					
	ACTITUD	.643	.080	.569	8.043	.000	.569	.569	.569	1.000	1.000
2	(Constant)	1.693	.328		5.163	.000					
	ACTITUD	.534	.088	.473	6.086	.000	.569	.465	.421	.792	1.262
	EXPERIENCIA	.137	.050	.212	2.726	.005	.427	.229	.188	.792	1.262

a. Dependent Variable: EMPRENDER

Fuente: SPSS-V18

Análisis de resultados de T-Student

De acuerdo a las significancias de la T-student considerando un error estimado menor al 5% (ver tabla 4), podemos concluir que el modelo 2 es el mejor, ya que las variables que impactan significativamente a la variable dependiente emprendimiento son las Actitudes del Emprendedor y la Experiencia Familiar en Negocios, ambas con valor de significancia por debajo del 5%, por lo tanto la ecuación lineal de la presente investigación para la variable dependiente EMPRENDIMIENTO es:

$$\hat{Y}_1 = 1.693 + (0.534) \text{ ACTITUDES DEL EMPRENDEDOR} + (0.137) \text{ EXPERIENCIA EN NEGOCIOS} + \varepsilon$$

Discusión

De las variables involucradas consideradas y analizadas se encontró que las ACTITUDES DEL EMPRENDEDOR y LA EXPERIENCIA EN NEGOCIOS son decisiva para su óptimo desempeño y de un impacto favorable en el EMPRENDIMIENTO.

Primeramente las Actitudes del Emprendedor como factor más significativo para el Emprendimiento: Esta variable fue la más alta en porcentaje de impacto a la variable dependiente, con un 53.4%, por lo que se concluye que el poder, es decir, tener posesiones materiales, dinero, respeto, aprobación de los demás, son un valor muy importante en la vida de las emprendedores, el logro, la estimulación, la autodirección y considerarse como una persona hábil para crear equipos y organizar personas son actitudes que se deben tener para iniciar un negocio, la institución educativa donde estudian debe motivar para que al finalizar sus estudios inicien su propio negocio.

Como segundo factor es la Experiencia familiar en los Negocios: Esta variable impacta a la variable dependiente Emprendimiento, en un 13.7%, por lo que se concluye que debe tener relación con empresas familiares teniendo excelente relación con los miembros propietarios de una empresa familiar, estar dispuesto a hacer cualquier tipo de sacrificio por la empresa familiar una vez que van madurando en su vida estudiantil, pensando continuamente en acciones que pudrían servir para mejorar las empresas familiares; la practica desde la vida estudiantil es importante fuera de las empresas familiares, teniendo en mente dirigir una empresa familiar, disfrutando completamente cada una de las experiencias de negocios.

Conclusiones

En este apartado concluiremos , dando respuesta a las preguntas de investigación planteadas en la introducción

- *¿Tienen los alumnos las actitudes emprendedoras para impulsar el emprendimiento desde que están estudiando su licenciatura en las áreas de administración?: si tienen ya que se encontró que los alumnos que estudian su licenciatura en administración, tienen las actitudes necesarias para emprender un negocio, ya que la institución educativa motiva para que al finalizar sus estudios inicien con su propio negocio, impulsando que la actitud a través del poder, es decir, el respeto, la aprobación de los que los rodean, tener posesiones materiales y dinero, son valores muy importantes en la vida emprendedora, además el logro, la estimulación, la autodirección y considerarse como una persona hábil para crear equipos y organizar personas son actitudes que se deben tener para iniciar un negocio.*

- *¿ La experiencia Familiar de Emprendimiento tiene una influencia en los alumnos para impulsar el emprendimiento?.**Si la tiene ya que los alumnos manifiestan que** el emprendedor debe tener una estrecha cercanía con empresas familiares para poder impulsar su emprendimiento, debe tener una excelente relación con los miembros propietarios de una empresa familiar, además, estar dispuesto a hacer cualquier tipo de sacrificio por la empresa familiar una vez que van madurando en su vida estudiantil, pensando continuamente en acciones que pudrían servir para mejorar las empresas familiares; la practica debe disfrutarse completamente con cada una de las experiencias de la empresa familiar.*

¿Hay innovación en los programas de emprendimiento que tienen los alumnos que tienen los alumnos que estudian Administración de Empresas. Los resultados muestran que no ya que la innovación como factor para el emprendimiento internacional no es considerada por los estudiantes de la carrera de administración como fundamental para el emprendimiento. Se cree que no han tenido experiencia en introducir productos y/o servicios nuevos o mejorados de

manera significativa, posiblemente no introducido maquinaria nueva o métodos innovadores de producción y no han considerado la investigación como actividad innovadora y no han tenido experiencia direct en la actividad exportadora, ya que todas estas actividades la ha desarrollado directamente los dirigentes de la empresas familiares, por lo anterior se sugiere que los estudiantes se involucren más en estas actividades innovadoras para que cuenten con la actitud de emprendimiento internacional.

Como conclusión general, se considera que las instituciones educativas, el gobierno y la cultura familiar son 3 elementos básicos que permiten al emprendedor universitario introducirse con la actitud, apoyo y habilidades en la intención emprendedora. El estar directa o indirectamente vinculado con empresas familiares le permite interiorizar de manera innata una cultura emprendedora, ya que se convierte en una cultura de significados compartidos. En cuestión de la innovación se podría mencionar que los resultados sobre innovación, en donde el estudiante emprendedor no los considera trascendente para su práctica, podría ser afectado por su perfil de negocios familiares n los que haya participado, de lo cual denota un área de oportunidad para las universidades en la implementación de sus programas en estas áreas. Finalmente se recomiendan las siguientes futuras líneas de investigación, que permita estudiar más a fondo la variable INNOVACIÓN EN EL NEGOCIO ya que no fue significativa, de la misma manera profundizar en el conocimiento de los factores analizados en toda la población del área de negocios con la finalidad de describir con mayor precisión la relación entre la intención emprendedora y los elementos estudiados.

Referencias Bibliográficas

Azanza, G., & Campos, J. A. (abril de 2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el caso de la Universidad de Deusto. Boletín de Estudios Económicos, LXIX (211), 151-172. Obtenido de <http://www.bizkailab.deusto.es/wpcontent/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>

- Barringer, B., and Ireland, D. (2006). *Entrepreneurship, Successfully Launching New Ventures*. Pearson Prentice Hall.
- Castiblanco, S. (2013). La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. Vol. XXI (2) p.p. 53-66. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*. Universidad Militar Nueva Granada. Colombia.
- Hisrich, D.R., Peters, P. M. & Dean, S.A. (2005). *Entrepreneurship (Emprendedores)*. Madrid, España: Mc Graw Hill, Interamericana de España, S.A.U.
- Lanzas, V., Lanzas, F. & Lanzas, A. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. Vol.3 Núm.43 p.p. 267-272. *Universidad Tecnológica de Pereira*. Colombia.
- Monitor Global de la Actividad Emprendedora (2013). El emprendimiento en México, disponible en: www.gemconsortium.org
- Ochoa, M., Azuela, J., Rangel, L. (2015). Características Emprendedoras En Universitarios Próximos A Egresar De La Facultad De Comercio Y Administración De Tampico. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S.* Vol. 6(2).
- UANL: Universidad Autónoma de Nuevo León. Facultad de Ciencias Físico Matemáticas (s.f.). Recuperado el 1 de julio, 2016 <http://www.fcfm.uanl.mx/es/alumnosFCFM/programaEmprendedor>
- Zhang, P., Wang, D. D., & Owen, C. L. (2015). A Study of Entrepreneurial Intention of University Students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 61-82