



EMPRENDIMIENTO Y SU PERCEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES

Torres-Figueroa, María Guadalupe¹., Mendoza- Olea, Laura Delia²; Lara-Soto,
Yessica³ & Zazueta, Jorge Guillermo⁴.

Universidad de Sonora

*gtorres@nogales.uson.mx, ylaras@nogales.uson.mx³ Carretera Internacional Km. 4372, Parque Industrial
Nuevo Nogales, H. Nogales, Sonora, México, Teléfono: (631)3207734.*

Fecha de envío: 08/Abril/2016

Fecha de aceptación: 16/Mayo/2016

Resumen

El emprendedurismo hoy en día representa una alternativa profesional, que permite a los egresados de las instituciones superiores crear proyectos que contribuyan al desarrollo económico del país, generando empleos, incentivando la innovación y fortaleciendo al sector empresarial; por lo cual para las Universidades representa un compromiso de dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse. Conocer la percepción que tienen los alumnos sobre sí mismo en el término de emprendedurismo y la influencia que tiene la universidad y el trabajo docente en el contexto emprendedor, permitirá implementar estrategias que mejoren el programa educativo y que incidan en los futuros profesionistas de los negocios internacionales. Los resultados de la investigación arrojaron que los estudiantes se consideran emprendedores pero que la información institucional y la labor que realizan los docentes no influyen directamente sobre su percepción.

Abstract

Entrepreneurship today represents a professional alternative, allowing the graduates of higher institutions to create projects that contribute to the economic development of the country, creating jobs, encouraging innovation and strengthening the business sector; so for universities it represents a commitment to endow professionals to the society, which are capable of responding to the demands and needs of the competitive environment in which will have to be. Knowing the perception that students have about themselves in the area of entrepreneurship and the influence that has the university and the work of the teachers in the entrepreneurial context will enable to implement strategies to improve the educational

program and which have an impact on future of international business professionals. As results of this research we can state that students are considered entrepreneurs, but the institutional information and the work that teachers perform do not directly influence their perception.

Palabras clave: Emprendedor, percepción, estudiante.

Key Words: Entrepreneur, perception, student.

Introducción

El ambiente globalizado en el que egresan las nuevas generaciones de profesionistas exige a las instituciones educativas y a los diferentes niveles de gobierno, formar emprendedores y establecer programas de apoyo que permitan a los egresados tener alternativas de empleo y autoempleo a través del desarrollo de proyectos viables.

Considerando las recomendaciones de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), México promueve a través del sistema educativo acciones encaminadas a desarrollar el máximo potencial de los estudiantes que habrán de incorporarse al mercado laboral. Las universidades hoy en día se han constituido como plataformas idóneas para la puesta en marcha de programas específicos de formación empresarial, fomento y estímulo de aptitudes emprendedoras para alumnos y docentes, con la finalidad de poner en relación sus instrumentos y herramientas con los programas y estímulos gubernamentales para la creación de empresas; constituyéndose los programas universitarios de fomento de cultural empresarial y emprendedora.

La promoción al emprendimiento es una acción de política pública que se ha venido incorporando en los últimos años como estrategia para unir al sector productivo con aquellos segmentos de la Población Económicamente Activa (PEA) que no encuentran un espacio en el mercado laboral. México, consciente de la necesidad de atender a este sector de la población a través de los tres órdenes de gobierno, promueven e instrumenta políticas públicas y programas orientados a detonar la competitividad y las inversiones productivas, mediante el fomento a la creación, desarrollo y consolidación de empresas, así como el

impulso a la cultura emprendedora. Por tal, dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se establecen estrategias para el impulso de nuevos negocios, ejemplo de ello es la creación de organismos como el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), cuyo objetivo se orienta al impulso de los emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial”.

La presente investigación se desarrolló bajo el paradigma cuantitativo, con enfoque descriptivo y diseño transversal, con el objeto de conocer la percepción que tienen los alumnos sobre si mismo en el término de emprendedurismo y la influencia que tiene la universidad y trabajo docente en el contexto emprendedor del alumno; la investigación se dirigió a los estudiantes de séptimo semestres de la carrera de Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora, campus Nogales. Se utilizó la técnica de encuesta a través de la aplicación de un cuestionario a partir del modelo de Rodrigo Varela V. “Características Empresariales”, y el modelo planteado por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Los resultados de la investigación arrojan que los estudiantes se consideran emprendedores pero que la información institucional y la labor que realizan los docentes no influyen directamente sobre su percepción.

Antecedentes

Las políticas de desarrollo empresarial, que han implementado los países de América Latina, registran transformaciones, que procuran el fomento de nuevos emprendimientos y la promoción de una nueva mentalidad en los profesionistas egresados de las instituciones de educación superior, así como el impulso de los diferentes sectores económicos de los países.

El estudio Monitor Global de la Actividad Emprendedora México 2013, informa que el 53.6% de la población entre 18 y 64 años percibe buenas oportunidades para iniciar un negocio, el 58.5% considera que tiene las habilidades para llevarlo a cabo, así como el 31.6% señala que el miedo al fracaso le impide realizarlo. Respecto de la actividad emprendedora se observa que en México el 11.9% de la población adulta son emprendedores nacientes, el 3.3% se conforman como nuevos emprendedores y el 4.2% cuentan con una empresa establecida; la TEA temprana (Tasa de actividad emprendedora temprana) se ubica en 14.8%. Para México el perfil emprendedor se configura como un adulto joven entre los 25 y 44 años de edad, principalmente de educación media superior con un ingreso medio. De igual forma estudio hace mención que los emprendedores deciden iniciar actividades por oportunidad para incrementar sus ingresos u obtener mayor independencia. Menciona que el sistema educativo debe tener un papel más relevante en la formación de los alumnos, para que adquieran las habilidades emprendedoras y transmitir valores que conlleven una actitud positiva hacia el riesgo y el ser independiente para ser capaces de formar y dirigir un negocio por si mismos, Monitor Global de la Actividad Emprendedora, 2013).

En el contexto económico la globalización también ha propiciado acelerados cambios, las nuevas estructuras en las organizaciones, el aumento del comercio y los negocios aumentan día con día y son flexibles a los tratados y acuerdos comerciales internacionales; por lo que las instituciones de educación superior tienen como objetivo formar profesionistas que se adapten a estos cambios y se ha visto reflejado directamente en los planes y programas de estudio enfocados a formar profesionistas responsables, tolerantes, con capacidad de adaptabilidad al cambio, habilidad de trabajo en equipo, sensibilidad social y con actitud emprendedora hacia proyectos profesionales.

Buscando dar respuesta a las nuevas necesidades del entorno laboral, que demandaba profesionistas en el área de los Negocios y Comercio Internacionales con conocimientos disciplinarios en las áreas económico administrativas, en el año de 2004 la Universidad de Sonora (Campus Nogales) inicia con el programa de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales (LNCI) que establece como perfil de egreso de la siguiente manera: “el licenciado en Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora, es un profesionista responsable, tolerante y comprometido con el desarrollo social de su entorno, capaz de incidir de manera variada y eficiente en los diferentes ámbitos de los negocios; sus conocimientos, habilidades y actitudes le permitirán: identificar oportunidades de negocios, crear oportunidades de negocios, implementar los procesos administrativos, legales y de logística necesarios para el desarrollo de un negocio, desempeñarse como consultor en materia de negocios internacionales, evaluar el desempeño de las empresas en los mercados internacionales, capacidad para establecer y conservar relaciones y capacidad para conseguir conformidad entre las partes involucradas en el cumplimiento de alguna tarea” (Portal-UNISON, 2015).

Algunos aspectos que han impulsado la presente investigación hacen referencia a la normatividad académica de la Universidad de Sonora, la cual establece el desarrollo de academias con el objetivo de promover e impulsar actividades de investigación, así como vincular esta función con la docencia y la extensión. Por lo cual se busca desarrollar actividades que impacten positivamente en el desarrollo profesional del futuro profesionista de negocios, es ahí donde se circunscribe este proyecto que pretende que los resultados incidan en estrategias para mejora del perfil del alumno de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales y así mismo se generen nuevas líneas investigación del área de trabajo del programa educativo.

Objetivo general

Conocer la percepción que tienen los alumnos sobre si mismo en el término de emprendedurismo y la influencia que tiene la institución educativa y el trabajo del docente el contexto emprendedor del alumno.

Hipótesis

H₁: El nivel de percepción que tiene el alumno de si mismo es de emprendedor sobresaliente.

H₂: La percepción del estudiante como emprendedor es afectada dependiendo del conocimiento de la información institucional relacionada al emprendedurismo.

H₃: La percepción del estudiante como emprendedor es influenciada por la labor docente.

Delimitación y limitación

La investigación se delimitó para alumnos inscritos en séptimo semestre de la generación 2010-2 durante el periodo de noviembre- diciembre de 2013 y de la generación 2011-2 en el periodo de noviembre diciembre de 2014, ambas generaciones del programa de LNCI. Las limitantes en el desarrollo de la investigación se relacionaron principalmente con la disposición del estudiante para participar y responder objetivamente el instrumento de investigación.

Marco teórico

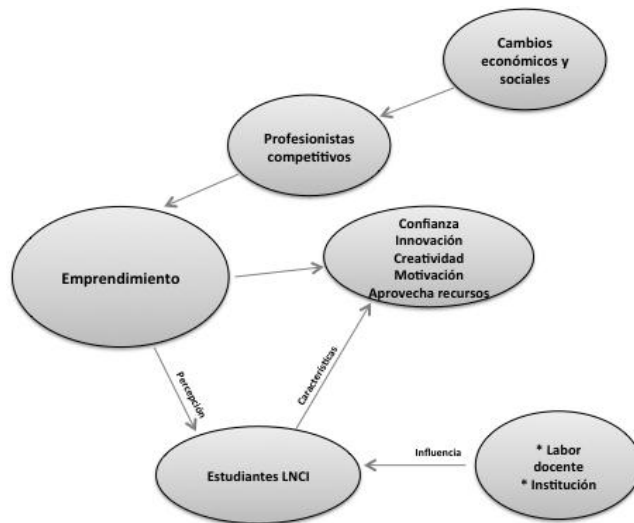
Alcaraz (2011), define emprendedor, persona con alto grado de confianza en si mismo y una serie de características que le permiten detectar oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el empleo de recursos para alcanzar los objetivos. En este contexto, asume el riesgo inherente a su toma de decisiones y persevera en la puesta en marcha de su proyecto. Así mismo, menciona que el emprendedor posee características que le facilitan no sólo emprender, si no también hacerlo con éxito, entre las que menciona: creatividad e innovación, confianza en el si mismo de sus capacidades, perseverancia, capacidad para manejar problemas, aceptación al riesgo.

El autor Rodrigo Varela (2008), define: “El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución, u asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía genera trabajo para él y, muchas veces otros. En este proceso de liderazgo creativo e innovador, el empresario invierte energía, dinero, tiempo y conocimientos, participa activamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga sus recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad, bienestar social”.

Varela (2008), agrupa las características y habilidades del empresario en cuatro categorías: factores motivacionales, características de comportamiento, características físicas e intelectuales, imaginación, creatividad e innovación, conocimiento de la empresa,

capacidad de solución de problemas, realismo, inteligencia, habilidad conceptual, capacidad de analizar el ambiente.

Figura 1. *Contextualización emprendedor del estudiante de LNCI*



Elaborado por equipo de investigación, 2014.

Método

La investigación se desarrolló bajo el paradigma cuantitativo y con enfoque en los estudiantes de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora campus Nogales; el diseño de la investigación fue transversal. La población en estudio fue la totalidad de los estudiantes de 7° semestre de LNCI; al considerar que estos estudiantes han recibido durante su formación en el programa de estudios los conocimientos, habilidades y herramientas necesarios en el aspecto emprendedor y empresarial; la aplicación del instrumento se realizó en dos ocasiones: para la generación de alumnos 2010-2 en el periodo de noviembre- diciembre de 2013 y para la generación de alumnos 2011-2 en el periodo de noviembre diciembre de 2014.

Las variables que se definieron en la investigación fueron: percepción del estudiante como emprendedor, conocimiento de la información institucional sobre emprendedurismo e influencia del trabajo docente para emprender. Para la construcción del instrumento se consideraron factores como: factores motivacionales, características personales, físicas, intelectuales y competencias generales; una vez determinadas las variables a estudiar, se validó el instrumento para su aplicación en estudiantes de LNCI de séptimo semestre. La construcción de un instrumento se basó el modelo planteado por el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) donde se evalúan cinco dimensiones: motor, creatividad, personalidad, relación con otros y tolerancia al riesgo, y el modelo de Rodrigo Varela V. “Características Empresariales”, que considera: factores motivacionales, características de comportamiento y características intelectuales.

Como herramienta para el análisis estadístico se utilizó el paquete SPSS (Statistic Packaged Social Science) versión 22. Una vez estandarizados los datos se analizaron y presentan las tablas y gráficas correspondientes a la percepción del estudiante de LNCl.

Resultados

Previo a la aplicación del instrumento (cuestionario) y para la explicación del tema de análisis se manejaron los siguientes constructos e ítems: percepción del estudiante como emprendedor, conocimiento de la información institucional, e influencia del trabajo docente, a los cuales se les aplicó la prueba de confiabilidad *Alpha de Cronbach*, validándose el instrumento.

Tabla 1.

Prueba de Validación

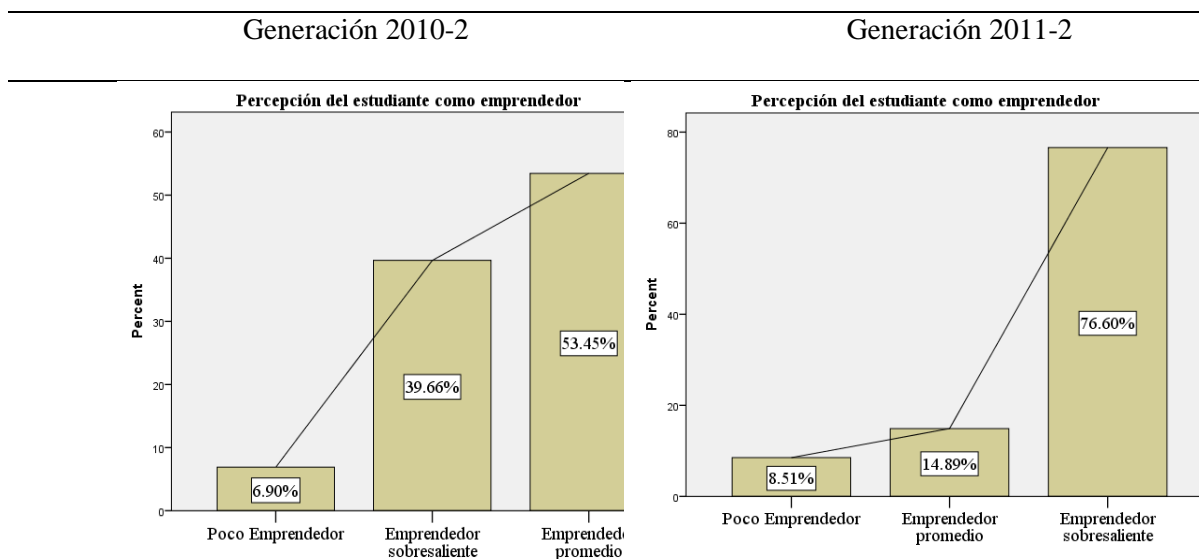
Constructo	<i>Alpha de Cronbach</i>
Percepción del estudiante como emprendedor	.798
Conocimiento de información institucional	.822
Influencia del trabajo docente	.879

Se obtuvieron las frecuencias de las variables así como la realización de la prueba de la normalidad de *Kolmogorov-Smirnov*, la cual indicó no haber normalidad en los datos. Para la generación 2010-2 (Sig. 0009 y generación 2011-2 (Sig. 002).

Del rubro nivel de percepción que tiene el alumno sobre si mismo, se obtuvo lo siguiente:

Gráfica 1.

Nivel de percepción de los alumnos

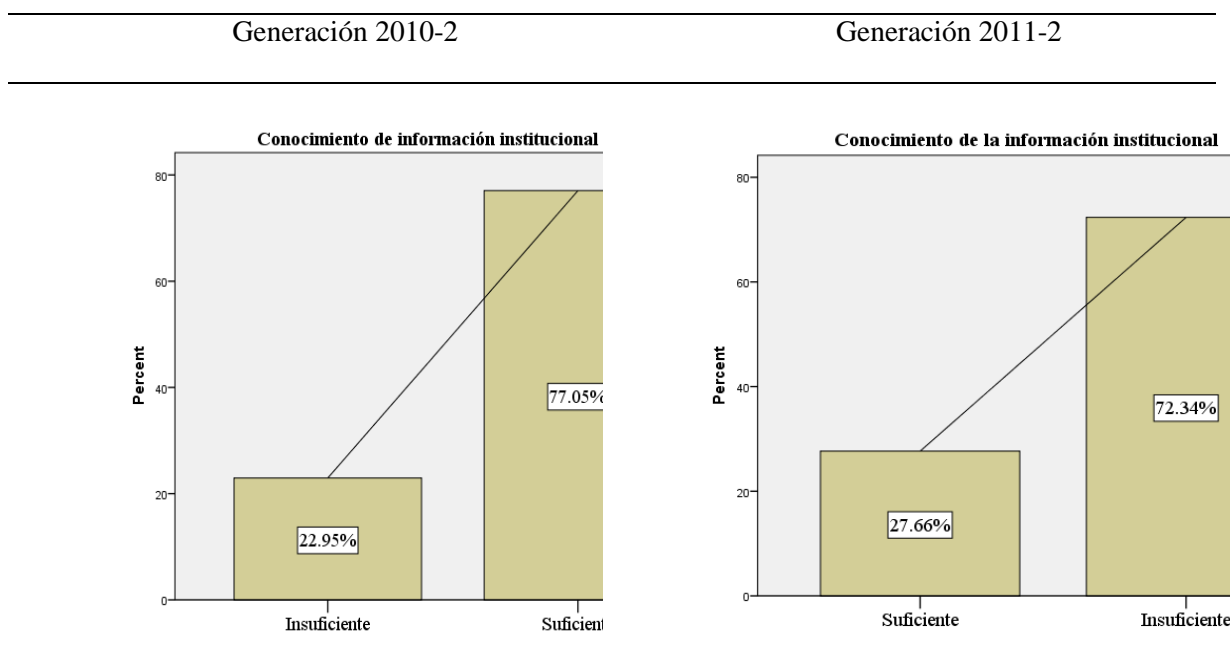


Elaborado por equipo de investigación, 2014

La generación 2010-2 se califica en su gran mayoría como emprendedor promedio (53.45%) y como emprendedor sobresaliente (39.7%). De acuerdo a los datos de la muestra el 93.15% se califica como emprendedor. Para la generación 2011-2 los datos demuestran que el (76.6%) se considera emprendedor sobresaliente. Si consideramos la clasificación de emprendedor sobresaliente y emprendedor promedio es de (91.5%). Podemos decir que los alumnos de la generación 2011-2 se califican como emprendedores. Se confirma la hipótesis nula, ya que los datos indican que el 76.6% de la generación del 2011-2 y el 39.66% de la del 2010-2 su percepción es de ser emprendedor sobresaliente. Los datos verifican que los alumnos se consideran en su mayoría como emprendedor sobresaliente.

Del rubro conocimiento de la información institucional relacionada al emprender, se obtuvo:

Gráfica 2. *Conocimiento de la información institucional*



Elaborado por equipo de investigación, 2014

En el análisis de la información se identifica que los alumnos de la generación 2010-2 califican como “suficiente” tanto la información como programas que maneja la Universidad para fomento del emprendedor. El emprendedor promedio (52.3%) y el emprendedor sobresaliente (38.6%). Los datos muestran que los alumnos de la generación 2011-2 califican como “insuficiente” la cantidad de programas, incentivos y formación por parte de la Universidad en áreas relacionadas al emprendedurismo (72.3%).

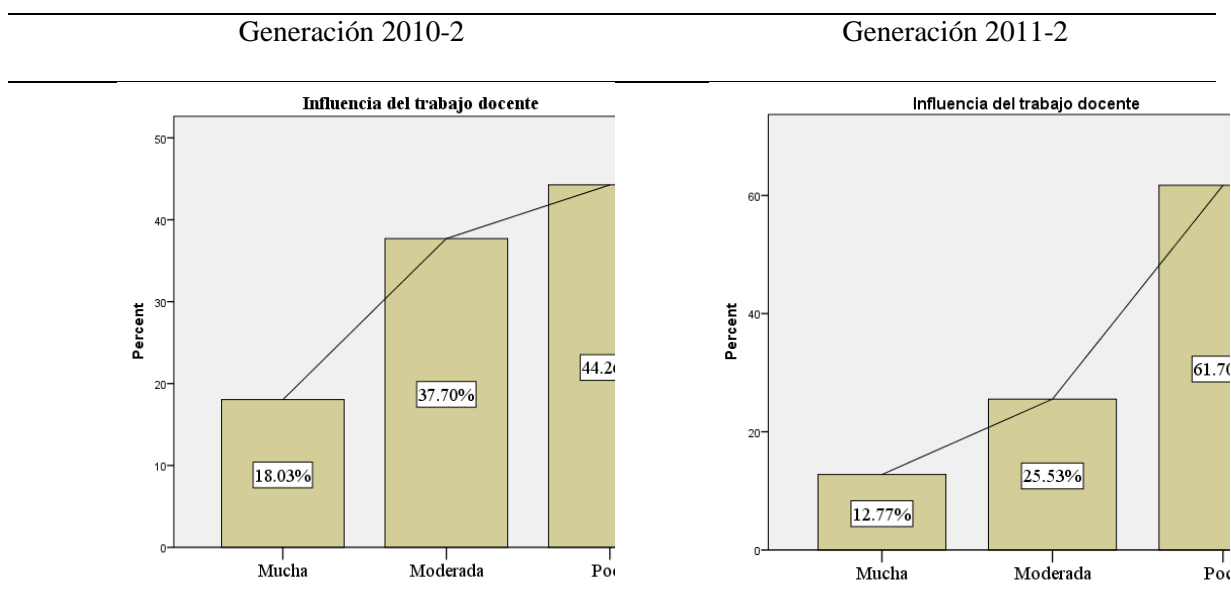
Para identificar la relación de las variables se utilizaron tablas cruzadas para obtener la Chi-cuadrada, en donde los datos nos indican que no existe relación entre las variables (Sig. 0.505) para la generación 2010-2, y para la generación 2011-2 (Sig. 0.072); por lo que el hecho de que el alumno conozca la información institucional relacionada al desarrollo

emprendedor no ha influido en la percepción que se tiene el alumno sobre su propio nivel de emprendedurismo.

Se realizó la prueba Mann-Whitney para realizar comparación entre los grupos no paramétricos con variables de dos grupos. Para la generación 2010-2 el valor de U de Mann Whitney (Asymp.Sig .552) por lo que podemos decir que no hay diferencia entre los grupos analizados y para la generación 2011-2 Valor de U de Mann Whitney (Asymp.Sig .028) por lo que podemos decir que sí hay diferencia entre los grupos analizados.

Del rubro influencia de la labor docente se encontró:

Gráfica 3. Influencia del trabajo docente



Elaborado por equipo de investigación, 2014

Los datos indican que los alumnos de la generación 2010-2 demuestran que los alumnos consideran que los docentes ejercen poca influencia en los alumnos (44.3%) y moderada (37.7%), mientras que los que opinan que los maestros inspiran, estimulan, facilitan y

generan acciones con perfil emprendedor son 18.0%. Para la generación 2011-2 los alumnos consideran que los docentes ejercen poca influencia en los alumnos (61.7%) y moderada (25.5%), mientras que los que opinan que los maestros inspiran, estimulan, facilitan y generan acciones con perfil emprendedor son 12.8%.

Por lo que se observa que no existe relación entre las variables, Chi cuadrada (Asymp.Sig.329) para generación 2010-2 y para generación de 2011-2 (Asymp.Sig 119). Se realizó la prueba Kruskal-Wallis para realizar comparación entre grupos no paramétricos con variable nominal y escala de tres opciones, por lo que en ambas generaciones no se observaron diferencias en el grado de percepción de los alumnos como emprendedores, generación 2010-2 (Asymp Sig.120 >.05), generación 2011-2 (Asymp Sig.375 >.05).

Conclusiones

En la actualidad los alumnos egresados de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales (LNCI) enfrentan las diversas exigencias que el mercado laboral globalizado requiere para cumplir con los estándares de competitividad en área de los negocios.

La Universidad de Sonora tiene el compromiso de dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse por lo que las acciones encaminadas de formación de los estudiante así como de vinculación con los sectores económicos y sociales permitirán de garantizar la inserción exitosa en los mercados laboral y/o empresarial.

Los resultados de la investigación arrojan que los estudiantes se consideran emprendedores pero que la información institucional y la labor que realizan los docentes no influyen directamente sobre sus percepción positiva que tiene el alumno sobre emprendedurismo. Estudiar otras variables que influyen en la percepción de los alumnos sobre emprendedurismo permitirá establecer acciones asertivas para el desarrollo emprendedor.

Se plantea como propuesta:

- Actualización de las asignaturas atendiendo a las necesidades actuales de emprendedurismo.
- La generación de un programa de capacitación dirigido a estudiantes de LNCI para fortalecer el perfil emprendedor a través de una instancia de prestación de servicios de

asesoría y consultoría empresarial de la Universidad de Sonora dirigido a la comunidad de Nogales con el vínculo de las instancias gubernamentales de la localidad.

- Promover cursos y talleres de sensibilización de la cultura emprendedora dirigido a docentes.
- Fortalecer las acciones tendientes a desarrollar el espíritu emprendedor en los alumnos, tales como: talleres, foros empresariales, prácticas, concursos de creatividad, innovación, etc.
- Fortalecer la vinculación con instancias gubernamentales y privadas promotoras de del emprendedurismo.

Bibliografía

Alcaraz, R (2011). *El emprendedor de éxito*. (4ª. Ed). México: Mc Graw Hill

Naranjo, Elvira; Campos Marcia (2012). *Monitor Global de la Actividad Emprendedora*. México 2013. Página consultada en 2015: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>

OCDE (2012). *Getting It Right. Una agenda estratégica para las reformas en México*. OECD Publishing. Página consultada en: 2013:<http://oecd.org/centrodemexico/Getting%20It%20Right%20EBOOK.pdf>.

PDN 2013-2018. *Plan de Desarrollo Nacional 2013-2018*. <http://pnd.gob.mx/wp-content/uploads/2013/05/PND.pdf>

UNISON (2004). *Programa Curricular de la Licenciatura de Negocios y Comercio Internacionales*, Universidad de Sonora 2004. Recolectado: <http://www.ofertaeducativa.uson.mx/index.php/division-de-ciencias-economicas-administrativas/licenciatura-en-negocios-y-comercio-internacionales/>

Varela, R (2008). *Innovación Empresarial. Arte Ciencia y Creación de Empresas*. (3ª ed.). México: Editorial Pearson.