

Emprendedurismo de futuros profesionistas para mejorar el desarrollo económico de las Pymes

Roger Manuel Patrón Cortés

Universidad Autónoma de Campeche
roger_patron_cortes@hotmail.com

Silvia Eduviges Barredo Sánchez

Universidad Autónoma de Campeche
silviabarredo12@hotmail.com

José Alonzo Sahui Maldonado

Universidad Autónoma de Campeche
josesahui@hotmail.com

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo determinar si los estudiantes de nivel licenciatura de una universidad pública ubicada en el sureste de México, pretenden crear su propia empresa o trabajar por cuenta ajena. Este trabajo fue exploratorio, descriptivo y de corte cualitativo. Se encontró que 60 encuestados (12%) planea crear su propia empresa y 440 (88%) pretende trabajar por cuenta ajena, lo que indica que se tiene un nivel muy bajo del potencial emprendedor de los futuros profesionistas y, por tanto, de las posibilidades de mejora del desarrollo económico de las Pymes en el estado de Campeche. El motivo por el que los futuros profesionistas pretenden crear su propia empresa es porque desean obtener mejores ingresos, ser su propio jefe y evitar el desempleo. Por su parte, los que pretenden trabajar en una empresa establecida apuestan a su desempeño como profesionistas, al desarrollo profesional dentro de la misma y, como consecuencia, obtener buenos sueldos y prestaciones. 30% de los encuestados manifestó que los conocimientos, habilidades y valores de su actual formación profesional son adecuados para la creación de su propia empresa y 70% consideró que se requieren mayores competencias tales como administrativas, de relaciones públicas y de negociación. Por lo que se sugiere enfatizarlas en los futuros profesionistas. Además, se

recomienda establecer una mayor vinculación y práctica con las Pymes en beneficio del desarrollo económico de México.

Palabras clave: Emprendedor, futuros profesionistas, Pymes.

Introducción

Antecedentes

López (2010) señala que México es un país que tiene como objetivos el desarrollo económico y sustentable. El Plan Nacional de Desarrollo (PND) indica que es necesario crear empresas de clase mundial que puedan competir internacionalmente. En este sentido, las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) deben hacer frente al nuevo entorno económico para alcanzar los estándares de calidad, servicio y productividad que se requieren. Para que las empresas puedan ser competitivas, los empresarios deben tener la capacidad de mantener y fortalecer su rentabilidad y participación en los mercados. Sin embargo, las capacidades emprendedoras y de liderazgo gerencial no están generalizadas entre los emprendedores mexicanos y la fuerza de trabajo continúa con fuertes rezagos en cuanto a escolaridad y capacitación (Rebeil, 2006).

Por su parte, Pérez y Aranda (2003) indican que en apoyo a la necesidad del crecimiento económico que requiere México; el gobierno, los sectores educativos y la iniciativa privada han fomentado el comportamiento emprendedor en los estudiantes a través de la creación de diversos programas, convencidos de que si las nuevas empresas provienen de estudiantes por su formación académica, estos tendrán mayores posibilidades de éxito. Materano, Ruiz, Torres, y Valera, (2009) refieren que el enfoque actual de las instituciones de educación superior está encaminado a transmitir a las futuras generaciones los conocimientos, las habilidades y los valores necesarios para promover el desarrollo económico del país, mediante una alianza estratégica de emprendimiento y educación.

Potencial emprendedor

El potencial del emprendedor se ha estudiado desde diferentes enfoques con el propósito de encontrar explicaciones en las características especiales y diferenciadas, o bien en el entorno en el que se desarrollan. Sin embargo, hasta el momento no se ha llegado a un consenso o teoría generalmente aceptada en la conceptualización del emprendedor. Por ejemplo, Ripsas (1998)

menciona doce características para tratar de definir el potencial emprendedor mediante diversas investigaciones: a) asunción de riesgo asociado a la incertidumbre, b) proveedor de capital financiero, c) innovador, d) tomador de decisiones, e) líder industrial, f) director, g) organizador y coordinador de recursos económicos, h) propietario de una empresa, i) empleador de factores de producción, j) empleador en términos generales, k) árbitro, y l) asignador de recursos. Moriano, Trejo, y Palací (2001) definen al emprendedor como “la persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa (p. 230)”. Shane (2003) refiere que la exploración de los rasgos distintivos del emprendedor ha llevado a analizar las características de la oportunidad de las personas que las descubren y explotan, los procesos de adquisición y organización de los recursos, así como las estrategias para explotar y proteger los beneficios de estos esfuerzos. Cross y Travaglione (2003) revelan que los investigadores han distinguido los aspectos psicológicos y las características personales del emprendedor resaltando como factores determinantes del potencial emprendedor la necesidad de realización, el poder de control o la propensión al riesgo. Asimismo, diversos estudios resaltan los valores éticos y la responsabilidad social de los emprendedores en relación con el resto de la población en general.

Según Bóveda (2004), la innovación es la característica más señalada de los emprendedores. Ser innovador es mucho más importante que ser creativo, es tener la capacidad de ver la realidad de una manera singular, nueva pero no desprovista de sentido, al contrario, el emprendedor le da sentido al caos, crea un método innovador para luchar con las demandas y crea soluciones donde todo el mundo se acostumbra a convivir con problemas. Crear un negocio es muy diferente a administrar una organización, pues el emprendedor debe estar atento a los desafíos que su empresa le impone, para poder implementar anticipadamente los conocimientos y habilidades exigidas. Saboia y Martín (2006) aseveran que el emprendedor se caracteriza por una actitud positiva, que se manifiesta por medio de la creación de un nuevo negocio o del auto-empleo, o por la toma de decisiones frente a oportunidades identificadas por él, o por su comportamiento dentro de la empresa y la utilización eficaz de los recursos disponibles.

Campos y Sánchez (2009) aseveran que la percepción que se tiene del emprendedor lo identifica en el lenguaje coloquial con los sinónimos de innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento, es por ello que el término resulta seductor para todo aquel que esté acostumbrado a ver la vida como una externalidad a la que simplemente

hay que adaptarse. El contexto económico actual, caracterizado por la globalización de la economía y la introducción de las nuevas tecnologías en los procesos administrativos y productivos en las Pymes, han generado cambios en su entorno y al interior de sus organizaciones. Esto hace necesario contar con profesionistas emprendedores y acorde con las exigencias de los tiempos modernos para hacer frente a la competencia, sobrevivir y crecer. Por tanto, la preparación de los nuevos profesionistas debe ir enfocada a cumplir con las expectativas de un buen desempeño laboral que les demanda el ambiente empresarial actual para alcanzar el éxito.

Contexto y problemática del estudio

Esta investigación se realizó en una universidad pública inaugurada en el año de 1965 y ubicada en el sur de México. Cuenta con nueve Facultades y una Escuela Superior donde se imparten 25 licenciaturas, ocho maestrías, seis especialidades médicas y un diplomado. Además cuenta con ocho centros de investigación y un programa ambiental.

La capacidad emprendedora es una de las 15 competencias genéricas del perfil universitario para el nivel de licenciatura que esta universidad ha definido. Por tanto, la universidad cuenta con un Programa Institucional de Desarrollo de Emprendedores que tiene la finalidad de fortalecer la vinculación de toda la comunidad universitaria con los sectores productivos, de impulsar a los estudiantes a desarrollar sus competencias emprendedoras y de proporcionarles la orientación e información necesaria para el desarrollo de productos y servicios que deriven de empresas y así, contribuir al desarrollo económico del estado. Debido a que no se tienen estudios sobre el potencial emprendedor de los futuros profesionistas para mejorar el desarrollo de las Pymes, se decidió realizar el presente estudio que tiene como objetivos: a) investigar si los estudiantes de nivel licenciatura pretenden crear su propia empresa o trabajar por cuenta ajena, b) encontrar los principales motivos de su decisión y c) determinar si los conocimientos, habilidades y valores de su actual formación profesional son adecuados para la creación de su propia empresa.

La investigación contribuye a la literatura acerca del emprendedurismo y a encontrar las razones por las cuales los futuros profesionistas prefieren dedicarse a una determinada actividad laboral, con la finalidad de proponer mejoras tendientes a fomentar la creación de nuevas empresas que contribuyan al desarrollo económico y sustentable de la localidad y de México. Este estudio se realizó en el mes de octubre del año 2013.

Metodología

Este estudio fue exploratorio, descriptivo y de corte cualitativo. Participaron 500 estudiantes de los últimos semestres de las 25 licenciaturas que se imparten en la universidad mexicana. 55% son hombres y 45% son mujeres, con edades establecidas entre 19 y 23 años.

Instrumento

Se diseñó un cuestionario con preguntas semi estructuradas y se elaboró un análisis de la información documental. El instrumento inicial fue sometido a una prueba piloto permitiendo eliminar las preguntas poco claras o ambiguas y mejorar su planteamiento. El cuestionario finalmente quedó integrado en dos secciones: una para estudiantes que planean crear su propia empresa y la otra para los estudiantes que pretenden buscar trabajo en una empresa establecida. Asimismo, se elaboró una guía de entrevistas con la finalidad de profundizar y encontrar explicaciones a los resultados obtenidos. El estudio cualitativo permitió “reforzar teorías e identificar cuestiones críticas para investigaciones futuras” (Stake, 1994, p. 245).

Procedimiento

Para la aplicación de los cuestionarios, se solicitó el apoyo de alumnos y profesores de la universidad en estudio. Además se realizaron entrevistas personalizadas y visitas a los diferentes centros de trabajo. La información se organizó mediante categorías y tablas de frecuencia permitiendo identificar y analizar los objetivos del estudio.

Resultados y discusión

Con relación al primer objetivo del estudio, se muestran las características generales de los sujetos en la Tabla 1.

Tabla 1

Datos generales de los futuros profesionistas y potencial emprendedor

Categoría	Empresario	%	Empleado	%
Sexo				
Masculino	35	58	240	55
Femenino	25	42	200	45
Empresa				
Servicios	24	40	352	80
Comercial	24	40	53	12
Industrial	12	20	35	8

Nota. Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores.

En la tabla 1 se observa que 60 encuestados (12%) planea crear su propia empresa y 440 (88 %) pretende trabajar por cuenta ajena. También se advierte la distribución de las empresas donde los futuros profesionistas tienen planeado crear su propia: a) 24 en empresas de servicios, b) 24 en empresas comerciales y c) 12 en empresas industriales. Asimismo, se detalla la posición de los profesionistas que pretenden trabajar en una empresa establecida: a) 352 en empresas de servicios, b) 53 en empresas comerciales y c) 35 en empresas industriales. Estos datos permiten determinar que se tiene un nivel muy bajo del potencial emprendedor y, por tanto, del desarrollo económico empresarial del estado de Campeche.

En cuanto al segundo objetivo de la investigación, los motivos por el que los futuros profesionistas pretenden crear su propia empresa o bien, por los que pretenden trabajar por cuenta ajena se especifican en la Tabla 2.

Tabla 2.

Motivos de los futuros profesionistas para crear o trabajar en una empresa

Categoría	Empresario	No.	%	Empleado	No.	%
Preferencia	Mejores ingresos	24	40	Desempeño	198	45
	Ser su propio jefe	18	30	Desarrollo	110	25
	Evitar el desempleo	12	20	Buenos sueldos	88	20
	Otros	6	10	Otros	44	10

Nota. Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores.

En la tabla 2 se nota que de los 60 participantes en el estudio que pretenden crear su propia empresa, 24 (40%) quieren obtener mejores ingresos, 18 (30%) quieren ser su propio jefe, 12 (20%) desean evitar el desempleo y 6 (10%) tienen otros motivos tales como aspectos familiares y hereditarios. Por su parte, de los 440 encuestados que pretenden trabajar en una empresa establecida, 198 (45%) apuestan a su desempeño como profesionistas, 110 (25%) al desarrollo profesional dentro de la empresa, 88 (20%) pretenden obtener buenos sueldos y prestaciones y 44 (10%) manifiestan otros motivos tales como estabilidad y seguridad en el empleo.

Respecto al tercer objetivo del estudio, referente a la percepción que tienen los futuros profesionistas sobre si los conocimientos, habilidades y valores de su actual formación profesional son adecuados para la creación de su propia empresa, 30% de los encuestados manifestó que si son adecuados y 70% consideró que se requieren de mayores competencias como se detalla en la Tabla 3.

Tabla 3.

Competencias requeridas en la formación profesional para la creación de su empresa

Categoría	Conocimientos, habilidades y valores	No.	%
Competencias	Administrativas	250	50
	Relaciones públicas	150	30
	Negociación	100	20

Nota. Elaborada a partir de datos recolectados por los investigadores.

En la Tabla 3 se advierte que 50% de los entrevistados considera que para crear una empresa requieren adquirir competencias administrativas, 30% percibe que se requiere de relaciones públicas, y 20% estima que hace falta saber negociar para tener éxito en el ámbito empresarial.

Conclusiones

Solo 12% de los encuestados planea crear su propia empresa y 88% pretende trabajar por cuenta ajena. Lo que indica que se tiene un nivel muy bajo del potencial emprendedor de los futuros profesionistas y, por tanto, de las posibilidades de mejora del desarrollo económico de las Pymes en el estado de Campeche. Esto es consistente con Landolfi (2007), quien señala que algunas estadísticas indican que más del 95 % de los graduados universitarios que no siguen carreras relacionadas con los negocios eligen ser asalariados para su vida laboral.

El motivo por el que los futuros profesionistas pretenden iniciar su propia empresa es porque desean obtener mejores ingresos, ser su propio jefe y evitar el desempleo. Por su parte, los que pretenden trabajar en una empresa establecida apuestan a su desempeño como profesionistas, al desarrollo profesional dentro de la misma y, como consecuencia, obtener buenos sueldos y prestaciones. Aunque cada posición tiene sus ventajas y sus limitaciones, es lógico suponer que el éxito de ambos va a depender del desempeño de cada persona y lo que quiera lograr en la vida. Por otra parte, 70% de los encuestados considera que para la creación de su propia empresa se requieren competencias tales como administrativas, de relaciones públicas y de negociación, por lo que se sugiere enfatizarlas en los futuros profesionistas. Además, se

recomienda establecer una mayor vinculación y práctica con las Pymes para un mejor desarrollo de sus habilidades.

Debido a que este estudio es de carácter exploratorio, descriptivo y de corte cualitativo, mayor investigación es necesaria, de tal manera que puedan obtenerse resultados más sólidos para lograr establecer mayores diferencias entre los futuros profesionistas que pretenden crear su propia empresa y los que aspiran a trabajar en una empresa establecida. Otros estudios podrían profundizar sobre las competencias que requieren incluirse en los programas de estudio de los futuros profesionistas para que estén potencialmente preparados para la creación de su propia empresa en beneficio del desarrollo económico del estado de Campeche y de México.

Referencias electrónicas

Bóveda, J. A. (2004). El emprendedor y las pequeñas empresas. Futuros. Revista trimestral latinoamericana y caribeña de desarrollo sustentable. No. 6, Vol. 2. Recuperado el 23 de marzo de 2012 de: http://www.revistafuturos.info/futuros_6/emprendedor_1.htm

Campos, G. y Sánchez, G. (2009). Los emprendedores, jugoso negocio de la Banca Comercial. Tecsiscatl. Revista electrónica de ciencias sociales. Vo. 1, No. 6. Recuperado el 23 de marzo de 2012 de: <http://www.eumed.net/rev/tecsiscatl/n6/crsd.htm>

Cross, B., y Travaglione (2003). The untold story: is the entrepreneurship of the 21 th century defined by emotional intelligence? *The international journal of organizational analysis*, vol. 11, no. 3, 221-228.

Landolfi, H. (2007). Liderazgo según Hugo Landolfi. ¿Por qué en la escuela (y en la universidad) nos enseñan a ser asalariados? Recuperado el 24 de octubre de 2013 de: <http://www.sabiduria.com/liderazgo/escuela-asalariados/>

López, A. (2010). La proactividad empresarial como elemento de competitividad. *Ra Ximhai. Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable*. Universidad Autónoma Indígena de México Portal de revistas científicas y arbitradas de la UNAM. Vol. 6, No. 2. Recuperado el 2 de septiembre de 2011 de <http://revistas.unam.mx/index.php/rxm/article/view/21119>

Materano, W., Ruiz, L., Torres, C y Valera, A. (2009). Una mirada a la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades. *Visión Gerencial*. Año 8, No. 2; pp. 279-290. Recuperado el 5 de septiembre de

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/viewArticle/784>

Moriano, J; Trejo, E. y Palací, F. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*. 16(2), 229-242. Recuperado el 17 de marzo de 2011 de: http://www.uned.es/wopuned/Documents/16_2%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf

Pérez, L. y Aranda, A. (2003). Razones que citan los egresados en Administración para no emprender. *GestioPolis.com*. Recuperado en 24 de septiembre de 2011 de: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/emp/raznoentr.htm>

Rebeil, M. (2006). Competitividad y comunicación en las empresas mexicanas. *UNIrevista*. Vol. 1 no. 3. Recuperado de: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Corella.PDF

Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.

Saboia, F., y Martín, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial. Un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *REAd-Edicao* 50 Vol. 12 No. 2, marzo-abril. Recopilado el 6 de Noviembre de 2010 en: http://www.read.ea.ufrgs.br/edicoes/pdf/artigo_396.pdf

Shane, S. (2003). *General theory entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar Editores.

Stake, Robert. (1994). "Case studies". pp 236-247 in Norman K. Denzin (1994). *Handbook of Qualitative Inquiry*. Thousand Oaks: CA.