



Análisis comparativo sobre el emprendimiento de los estudiantes en los distintos programas de licenciatura de la UACyA - UAN

Comparative analysis of student entrepreneurship in the different undergraduate programs of the UACyA-UAN

Maricruz González Hernández

Universidad Autónoma de Nayarit, México
maricruzgh@hotmail.com

Marina Suárez Flores

Universidad Autónoma de Nayarit, México
dmrk2@hotmail.com

María Romelia Bogarín Correa

Universidad Autónoma de Nayarit, México
ro_my_68@hotmail.com

Ana Alessandra Aguirre Bravo

Universidad Autónoma de Nayarit, México
alessandra_aguirreb@hotmail.com

doi: <https://doi.org/10.36825/RITI.08.15.010>

Recibido: Marzo 19, 2020

Aceptado: Mayo 13, 2020

Resumen: El objetivo de esta investigación, es mostrar un análisis del interés sobre el emprendimiento, de los estudiantes que cursan el último semestre de la carrera universitaria. Se planteó un estudio con enfoque cuantitativo, de método descriptivo transversal simple. Para tal efecto se llevó a cabo la investigación documental; para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta. La información proviene de una muestra de 183 alumnos de las licenciaturas de la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit (UACyA-UAN), en México. La tabulación y análisis se muestran mediante el programa estadístico SPSS. Entre los resultados más importantes, se menciona que, con respecto al género, la Licenciatura en Mercadotecnia es la de mayor frecuencia en el sexo masculino (55.56%) y en el deseo de sus estudiantes por emprender (36%). En relación a la influencia de las materias de emprendedurismo, la apreciación de la Licenciatura en Negocios Internacionales muestra un 100%. Así mismo, preponderan a la universidad como influyente para la creación de negocios. Se observa la conveniencia de que las Academias continúen trabajando de manera colegiada para apoyar y animar a los estudiantes a ser emprendedores.

Palabras clave: *Emprendimiento, Universidad, Estudiantes, Influencias.*

Abstract: This research aim is to show an analysis of the interest in entrepreneurship of the students who are studying the last semester of the university degree. A study with a quantitative approach was proposed, with a simple transversal descriptive method. For this purpose, documentary research was carried out; For the data collection, the survey technique was used. The information comes from a sample of 183 students from the degrees of the Academic Unit of Accounting and Administration of the Autonomous University of Nayarit (UACyA-UAN), in Mexico. The tabulation and analysis are shown using the SPSS statistical program. Among the most important results, it is mentioned that, with regard to gender, the Bachelor of Marketing is the most frequent in males (55.56%) and in the desire of their students to undertake (36%). Concerning the influence of the subjects of entrepreneurship, the appreciation of the Degree in International Business shows 100%. Likewise, they will prevail over the university as influential for business creation. The academies should continue to work in a collegial manner to support and encourage students to be entrepreneurs.

Keywords: *Entrepreneurship, University, Students, Influences.*

1. Introducción

La presente investigación surge por la inquietud de conocer la situación que subyace en la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit (UACyA-UAN), ubicada en Tepic, Nayarit, México, acerca de los intereses de los estudiantes del último semestre de los programas académicos que se imparten en ella, con respecto a emplearse o emprender.

En esta Unidad Académica se apuesta al emprendimiento y para ello, las currículas de sus licenciaturas cuentan con unidades de aprendizaje que coadyuvan a que los estudiantes se perfilen como emprendedores. Por otra parte, la acción de la Institución no termina ahí, también existe una coordinación de vinculación y extensión donde cada año, desde 2013, internamente se lleva a cabo la expo-emprende, con siete años de tradición, en la que se han venido sumando la participación de los equipos de estudiantes. Para 2020 se tiene registro de alrededor de noventa, esto es un aproximado de 380 alumnos y 30 docentes participantes. Los equipos ganadores participan en un expo-emprende ANFECA (Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración) regional, y si son acreedores a los primeros lugares participan en el expo emprende a nivel nacional de ANFECA.

En los últimos años se ha participado en el INC Monterrey (festival de emprendimiento más importante de Latinoamérica) y el INC *Crowded* Guadalajara (festival de *Startups* del Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara). Dirigido a curiosos, emprendedores, innovadores, investigadores, *startuperos*, inversionistas y miembros de la comunidad. Un espacio abierto para generar conexiones y mostrar los proyectos de empresas) que organiza el Tec de Monterrey, donde los estudiantes de la UAN han logrado posicionar sus proyectos entre los 10 mejores. Derivado de esto, se origina el club de emprendedores donde se da seguimiento al desarrollo de proyectos para su incubación. Lo que hace fundamental el esfuerzo de la UACyA-UAN, por crear el espíritu emprendedor del alumno.

Con esta investigación se pretende conocer la percepción de los jóvenes que cursan el último semestre de la carrera universitaria con el objetivo de realizar un análisis que coadyuve a valorar el trabajo realizado por las academias, así como el impacto que están teniendo las unidades de aprendizaje en la mentalidad de los futuros profesionistas; para conocer si éstas están promoviendo el desarrollo de una actitud emprendedora sobre emplearse o emprender. El estudio se realizó a 183 estudiantes del turno matutino de los cuatro programas de licenciatura de la UACyA – UAN, tomando en cuenta la opinión de los alumnos de último semestre de las diversas carreras. Previamente, se realizó un estudio sobre la perspectiva de los discentes de octavo semestre de la licenciatura en administración sobre el dilema de emplearse o emprender una vez que concluyan su licenciatura.

Por este motivo se consideró pertinente poder realizar un análisis comparativo sobre el emprendimiento en los estudiantes a egresar de la misma Unidad Académica en sus distintos programas, para conocer cuáles son los alumnos que se inclinan por emprender, ya sea por el perfil de la carrera o por la influencia que puedan tener por el contenido de las materias, de sus familias, amigos u otros.

Para la realización del trabajo se utilizó la investigación documental para la ubicación teórica del problema de estudio, la elaboración del marco teórico y organización de la información seleccionada. Se empleó también el diseño de investigación de campo, debido a que se aplicaron encuestas en ambiente real donde los datos se recolectaron directamente de los sujetos de estudio, sin manipular o controlar las variables.

2. Estado del arte

El emprendimiento siempre ha estado presente en el transcurso de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta. En las últimas décadas este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. Dicho esto, la formación en competencias emprendedoras se vuelve un elemento imprescindible para la adaptabilidad de los nuevos mercados laborales [1].

Tanto los estudios realizados a nivel global como en México, en especial en el Instituto Tecnológico de Monterrey (ITM) en el año 1978, dan origen al **Programa Empresario** (ITM). Años más tarde las universidades visualizan la importancia que éstas desempeñan al sembrar la inquietud en los estudiantes de ser empleadores y con ello apoyar a la sociedad, haciendo más angosto el renglón de ser empleados.

El emprendedor, según [2] “se caracteriza principalmente por mostrar comportamientos innovadores y por el deseo de emplear estrategias de gestión prácticas”; el concepto anterior muestra la innovación como un aspecto fundamental, sin embargo, se presenta una definición propia que dice: se considera emprendedor a aquella persona que presenta ideas innovadoras o creativas, que buscan resolver una necesidad o problemática específica, a través del uso de recursos determinados, que le permitan lograr objetivos determinados. La definición muestra que pueden presentarse diferentes tipos de ideas, ya sean de negocios, sociales o de otra índole que satisfagan necesidades o solucionen problemas a un determinado sector de la sociedad de manera creativa e innovadora [3].

La cultura emprendedora es de suma importancia para el desarrollo económico, es por eso que el sector educativo encamina a los estudiantes a tomar el emprendimiento como una opción de carrera, en México en 1978 nace el Programa Empresario, que se construyó mediante un pequeño grupo de profesores y empresarios que guiaron a un grupo de alumnos en el proceso de creación de una empresa. Este hecho da inicio a una nueva etapa para el Tecnológico de Monterrey, el Programa Empresario constituye el primer eslabón en la construcción del Ecosistema de Emprendimiento; fomentar el emprendimiento y fortalecer el espíritu emprendedor de los alumnos se convierte en ese año en una actividad vital.

Después de algunos años de la operación exitosa del Programa Empresario como materia optativa, en 1985 se estructura de manera formal el Programa Emprendedor y, finalmente, en 1992 se crea el programa Desarrollo de Emprendedores, convirtiéndose este último en el curso obligatorio para todas las carreras [4].

Desarrollar una empresa novedosa y rentable es el reto de cualquier emprendedor, quienes generalmente emprenden e incursionan en el mundo de las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas), que de manera general son el motor de la economía en México, además de ser generadoras de empleos en el país. Las pymes representan una gran área de oportunidad, han logrado la transformación económica, social y tecnológica, provocando importantes cambios. La mayoría de las empresas surgen como necesidad de tener capital, de contar con un trabajo para la supervivencia, por tal motivo surgen emprendedores con actitud de formar un mejor futuro y junto con otros socios buscan la forma de formar una empresa y tener ganancias.

En las economías desarrolladas (OCDE, 2004) las mipymes conforman una porción muy importante de la actividad económica, significando más del 90% de las empresas y generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad económica empresarial [5]. En América Latina, el surgimiento de las mipymes, parece producirse por dos vías, principalmente:

- Como empresas propiamente dichas, con una adecuada estructura, que les permite una adecuada gestión empresarial: este tipo de organización se desarrolla dentro del sector formal de la economía, donde ubican fundamentalmente las pequeñas y medianas empresas.

- Como empresas familiares: caracterizadas por una gestión, orientada a la supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital o la inversión que permite el crecimiento. En este contexto se ubican las microempresas que surgen asociadas al fenómeno del autoempleo como forma de subsistencia [5].

A diferencia de la informalidad, el emprendimiento es un proceso que permite la elaboración de un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y hace frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Este concepto que permite definir al emprendedor como aquella persona que identifica una oportunidad de negocio o necesidad de un producto o servicio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha, es un mecanismo que supone convertir una idea en un proyecto concreto, ya sea una empresa o una organización social, con lo cual se generan en algún tipo de innovación y empleos [5].

Siguiendo en esa tesitura, es importante señalar que el papel de las universidades es clave en la identificación de los retos y oportunidades que experimentan los jóvenes al iniciar un negocio. En los últimos años, los programas educativos han sido rediseñados para incluir dentro de sus asignaturas y contenidos el desarrollo de capacidades y conocimientos para el emprendimiento [6]. Las universidades actuales también se enfrentan al reto de ser más emprendedoras, mediante una participación más activa en la solución de los problemas sociales. No deben ser un mero espectador del cambio sino convertirse (ser) en el actor principal de dicho cambio, contribuyendo mediante la generación de ideas innovadoras que impulsen el desarrollo económico y social de sus comunidades.

Se necesita emprendimiento universitario, para lo que se precisa de estudiantes entrenados en capacidades emprendedoras en universidades que apuesten por el emprendimiento integral, que observen e investiguen sobre buenas prácticas y metodologías adecuadas, que sensibilicen a la sociedad a la que se deben, sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora, que formen mediante el hacer y que apoyen iniciativas bien basadas en el alto conocimiento creado en las propias universidades, *spin-offs*, o bien sustentadas en la creatividad y la transferencia del conocimiento de las personas [7].

3. Materiales y métodos

Para llevar a cabo esta investigación y en relación con el objetivo principal, se planteó un estudio con enfoque cuantitativo de método descriptivo transversal simple; en lo que respecta a los resultados y conclusiones de éste estudio se tomaron en cuenta a los estudiantes que respondieron a una encuesta y las conclusiones se obtuvieron mediante un análisis comparativo. La población está constituida por los estudiantes del 8º semestre turno matutino de los cuatro programas académicos (Licenciaturas en Administración, Contaduría, Mercadotecnia y Negocios Internacionales) que conforman la Unidad Académica de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Nayarit, en México. Como se señaló, para la obtención de los datos se aplicó una encuesta de 14 ítems con 11 categorías debidamente precodificadas, autocumplimentadas y garantizando la confidencialidad del encuestado. El instrumento se aplicó a todos los estudiantes del último semestre como se hizo mención, el mismo se llevó a cabo durante las horas de clase con la anuencia del profesor y el mismo día a todos los estudiantes que estuvieron presentes para evitar sesgos de respuesta. De manera previa se hizo una presentación del encuestador sobre el tema. En la investigación se analizan los resultados de una muestra que consta de 183 estudiantes del último semestre turno matutino de las diferentes licenciaturas de la misma Unidad Académica, de los cuales 107 son de sexo femenino y 76 del sexo masculino, siendo 71 alumnos de la licenciatura en administración, 59 de contaduría, 25 de mercadotecnia y 28 de negocios internacionales.

4. Resultados

A continuación, se presenta el análisis comparativo de emprendimiento, Tabla 1, entre género, en ella, se muestra el desglose por licenciatura, en donde se puede apreciar que el sexo masculino en la licenciatura en mercadotecnia es el de mayor tendencia seguido también por el femenino de contaduría y el masculino de administración.

La Fig. 1, indica que el 56.8% de alumnos tienen la apreciación de emplearse al finalizar sus estudios universitarios, el 28.4% de los estudiantes se inclinan por el emprendimiento y el 14.8% a ambas cosas (emplearse

y emprender al mismo tiempo), sin embargo, el 89.6% de los encuestados identifica oportunidades de negocio (entre ellos, incluso, los que desean emplearse, pues no descartan la posibilidad de emprender en un futuro).

De acuerdo a la Tabla 2, se puede observar que la licenciatura en Mercadotecnia es indicadora en relación con las otras, aún sin embargo no llega por lo menos al 50% deseable para emprender. Por otra parte, la Fig. 2, muestra que el 88% de los estudiantes menciona que las materias que han cursado dan las herramientas para comprender lo que implica la creación de un negocio, y les ayudan a detectar oportunidades y desarrollar ideas para el emprendimiento.

Tabla 1. Análisis comparativo de emprendimiento entre género.

Licenciatura	Total de encuestados	Femenino	Porcentaje	Masculino	Porcentaje
Administración	71	8	47.05	9	52.9
Contaduría	59	11	55	9	45
Mercadotecnia	25	4	44.44	5	55.56
Negocios Internacionales	28	3	50	3	50
Suma	183	26	-----	26	-----

Fuente: Elaboración propia.

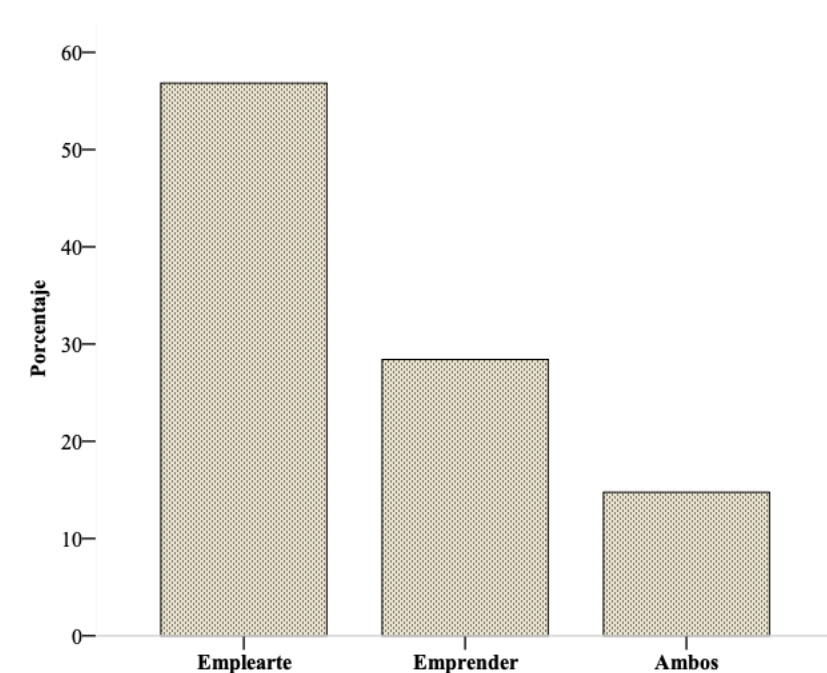


Figura 1. Apreciación sobre emplearse o emprender. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Comparativo por programas de estudiantes que desean emprender.

Licenciaturas	Total de alumno	Emprender	Porcentaje	Ambos (Emplearse y Emprender)
Administración	71	17	23.94	22
Contaduría	59	20	33.90	0
Mercadotecnia	25	9	36	1
Negocios	28	6	21.42	4
Total	183	52	28.42	27

Fuente: Elaboración propia.

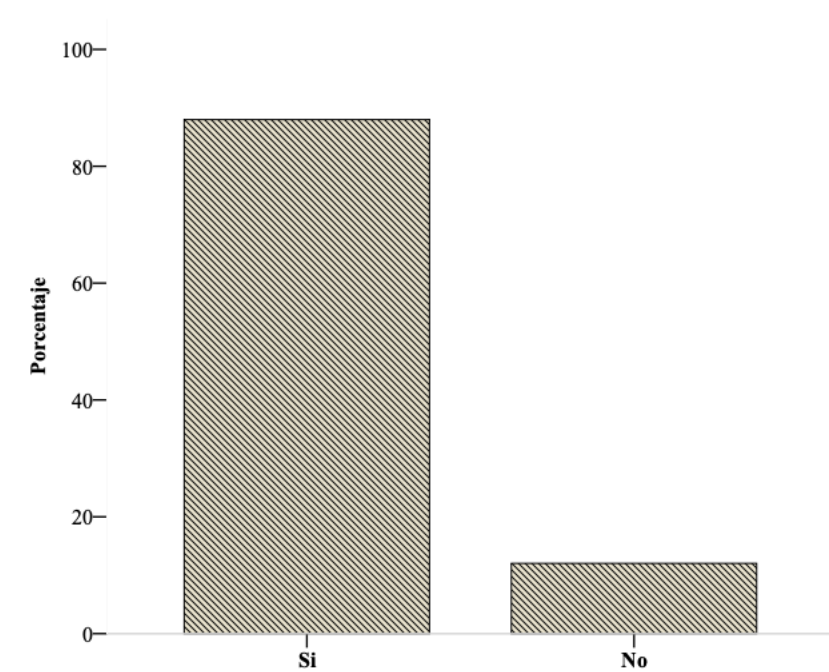


Figura 2. Influencia de las materias en como emprender.
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Análisis comparativo de estudiantes que consideran que las materias tienen

Licenciaturas	No. alumnos encuestados	Influencia de las materias	% de estudiantes que están de acuerdo en que las materias tienen influencia
Administración	71	64	90.14 %
Contaduría	59	49	83.05 %
Mercadotecnia	25	20	80 %
Negocios Internacionales	28	28	100 %
Total	183	161	87.97 %

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 3, se muestra la apreciación que tienen los estudiantes sobre la influencia que tienen las materias de la currícula de su licenciatura para emprender un negocio.

Con respecto a la Fig. 3, se pudo observar que la universidad es quien ha tenido mayor influencia en los estudiantes para emprender un negocio, seguido de los amigos y la pareja. Existen dos apreciaciones, la primera es que a corto plazo el deseo de los universitarios es emplearse, la segunda es la visión a futuro a largo plazo, como un proyecto de vida en donde estos se visualizan teniendo su propio negocio, o incluso teniendo ambas cosas (emplearse y emprender), pues consideran tener como una buena opción dos fuentes de ingresos.

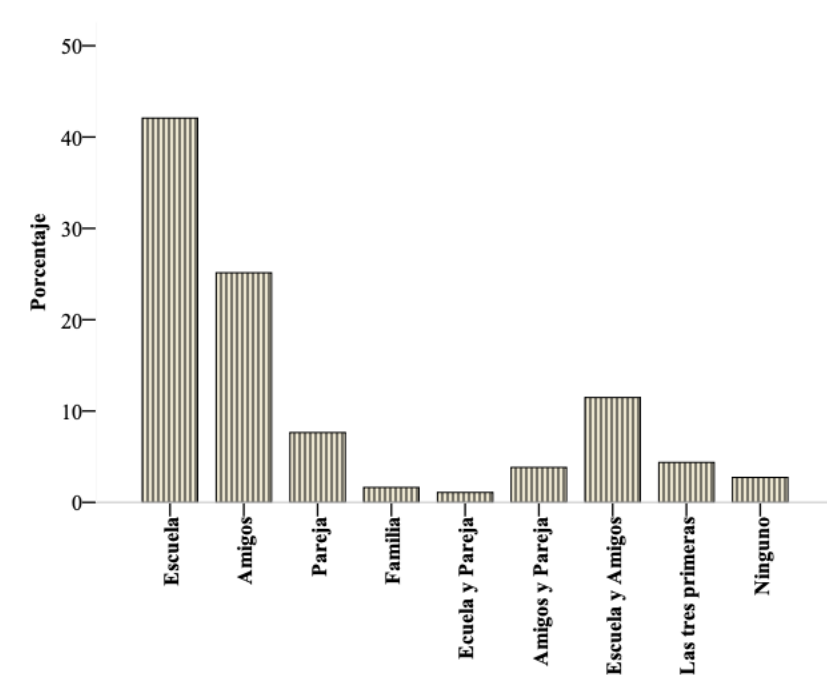


Figura 3. Influencia recibida para emprender.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Análisis comparativo por Licenciatura de la influencia que tienen los estudiantes para emprender un negocio.

Licenciaturas	No. alumnos encuestados	Escuela/%	Amigos/%	Pareja/%	Familia/%	Escuela y pareja/%	Amigos y pareja/%	Escuela y amigos/%	Las tres primeras/%	Ninguno/5
Administración	71	25 /35.21	17 /23.94	5 /7.04	3 /4.22	1/ 1.40	3 /4.22	11 /15.49	3 /4.22	2 /2.81
Contaduría	59	30 /50.84	16/ 27.11	6 /10.16	0/0	0/0	2 /3.38	2 /3.38	1 /1.69	2 /3.38
Mercadotecnia	25	9 /36.00	8 /32.00	1 /4.00	0/0	0/0	0/0	5 /20.00	2 /8.00	0/0
Negocios Internacionales	28	13 /46.42	5 /17.85	1 /3.57	0/0	1/ 3.57	2 /7.14	3 /10.71	2 /7.14	1 /3.57
Total	183	77	46	13	3	2	7	21	8	5

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la Tabla 4, los estudiantes de las diversas licenciaturas de la UACyA-UAN tienen influencia de terceras personas que les motivan al emprendimiento.

De acuerdo a la Fig. 4, entre los factores principales que influyen para dejar de lado el emprendimiento se encuentra, principalmente, la falta de capital, seguido del miedo al fracaso y la falta de experiencia. Entre otros motivos argumentados, están falta de apoyo social, falta de oportunidades y la economía del país. Así mismo, en una minoría, manifestó no tener ningún impedimento.

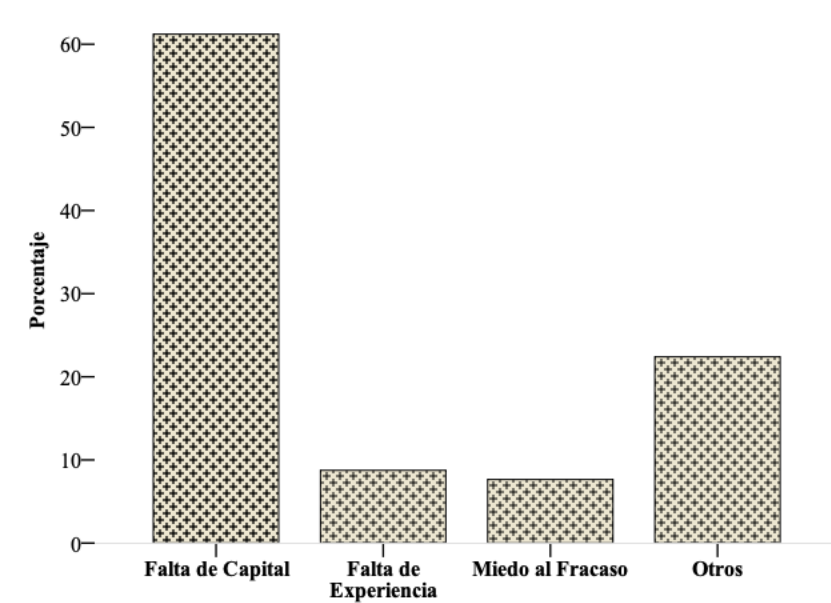


Figura 4. Factores que obstaculizan el emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

Es importante hacer mención que a partir del rediseño curricular del año 2013 es cuando se instituye la materia de emprendimiento, derivado de ella, año tras año se lleva a cabo la expo-emprende que se ha caracterizado por la participación cada vez mayor de los estudiantes, promoviendo la creatividad, innovación y sobre todo el emprendimiento que les proporciona las herramientas necesarias para crear su negocio. En cuanto a género se hace mención especial que la Licenciatura en Mercadotecnia, particularmente el sexo masculino es el que sobresale seguido por el femenino de contaduría y el masculino de administración. Referente a los estudiantes que desean emprender el comportamiento es similar al del género; primero Mercadotecnia, Contaduría y Administración. Mas sin embargo no se considera que tenga el mínimo deseable para considerar que los estudiantes cuando egresen deseen emprender. Ahora bien, en cuanto a la apreciación que tienen los estudiantes sobre la influencia de las materias para emprender un negocio; fueron los de Negocios Internacionales los que consideraron que el 100% de sus materias les apoyan para éste fin. Con respecto a la influencia del entorno que se tiene para el emprendimiento de un negocio, se observó que el primer lugar lo ocupa la escuela seguido de los amigos, la pareja y la familia en menor influencia.

Por lo anteriormente expuesto se concluye que la UACyA-UAN de México, aplica protocolos de organización para la participación en la expo-emprende en la que los estudiantes realizan sus aportaciones de los proyectos que han trabajado durante el semestre. Es conveniente que las academias por su parte continúen trabajando de manera colegiada para apoyar y animar a los estudiantes a ser emprendedores. La importancia de la intervención del docente; debe ser de tal manera que organice al grupo en equipos y permita la participación activa de los mismos dentro y fuera del aula. Así mismo, debe proporcionar las herramientas para modelar un profesional que derribe las barreras que seguramente se presentarán en su caminar como pueden ser: falta de capital, la falta de experiencia, falta de apoyo social.

6. Referencias

- [1] Sánchez García, J., Ward, A., Hernández, B., Florez, J. L. (2017). Educación Emprendedora: estado del arte. Propósitos y Representaciones. *Revista de Psicología Educativa*, 5 (2), 401-473. doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- [2] García, E. (2007). *Formación de emprendedores*. Distrito Federal: Grupo Editorial Patria.

- [3] Pérez, A., Torralba, A. (2015). Medición del emprendedurismo en el municipio de Puebla: diagnóstico para el desarrollo empresarial. *Tec Empresarial*, 9 (1), 19-30. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053600>
- [4] Hernández Ruiz, K. E., González Tamayo, L. A., Herrera Avilés, M. (2015). *Emprendimiento universitario: generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre espíritu emprendedor* (1era. Ed.). Monterrey, N. L.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- [5] Valdés Díaz de Villegas, J. A., Sánchez Soto, G. A. (2012). Las Mipymes en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, VII (14), 126-156. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211026873005>
- [6] Santander. (2018). *Fortaleciendo las capacidades para el emprendimiento en México: un análisis del fracaso en emprendimientos universitarios*. Recuperado de: <https://edesi.ibero.mx/uploads/materiales/ef628673c13b8d06721ea62ae9c630cb.pdf>
- [7] Medina, E., Moncayo, O., Jácome, L., Albarrasin, M. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 8 (1), 163-178. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6630552>