

Eficacia de un programa institucional para desarrollo de competencias emprendedoras en el Sureste de México

Efficacy of an institutional program for developing entrepreneurial competencies in the South East of Mexico

Roger Manuel Patrón Cortés *

Universidad Autónoma de Campeche. Facultad de Contaduría y Administración. Campeche, Campeche, México. Línea: Administración. E-mail: roger_patron_cortes@hotmail.com

Francisco Gerardo Barroso Tanoira

Universidad Anáhuac Mayab. División de Negocios. Mérida, Yucatán, México. Línea: Gestión del conocimiento, emprendimiento e innovación. Emails: francisco.barroso@anahuac.mx y fbarroso_tanoira@anahuac.mx

Edith J. Cisneros-Cohernour

Universidad Autónoma de Yucatán. Facultad de Educación. Mérida, Yucatán, México. Línea: Gestión Educativa. E-mail: cchacon@uady.mx

Recibido: 02/12/2014

Aceptado: 26/12/2014

Resumen

Este estudio se realizó en una universidad pública ubicada en el Sureste de México, cuya finalidad es verificar la eficacia de un programa para fortalecer la cultura emprendedora de sus estudiantes para facilitar su inserción en el mundo empresarial. Se pretende determinar las competencias emprendedoras más utilizadas por los estudiantes, así como las que necesitan fortalecer, con la finalidad de sugerir estrategias de mejora y contribuir al desarrollo económico y social de la localidad y del país. Este trabajo es exploratorio y descriptivo, con enfoque cuantitativo. Se encontró que el 77% de los estudiantes se sienten competentes para abrir un negocio, en tanto que el 23% considera no serlo, además de que se ha logrado incrementar competencias emprendedoras con relación a otros estudios de la región, lo que significa que el Programa Institucional de Desarrollo de Emprendedores (PIDE), que opera desde el año de 2012, ha sido eficaz. Las competencias más desarrolladas por los estudiantes son: Familia y negocios, Deseo de tener un negocio y Credibilidad, así como el manejo de asuntos financieros, pero las que necesitan fortalecerse son: Experiencia técnica previa, Trabajo arduo y Capacidad para trabajar con otros. Se sugiere que el PIDE continúe fomentando la cultura emprendedora de los estudiantes e implementar nuevas estrategias de mejora de dicho programa para permitir el

desarrollo de las competencias emprendedoras que fueron detectadas como bajas y motivar a los alumnos a insertarse adecuadamente en PyMES o que emprendan sus propias empresas.

Palabras clave: Emprendimiento, futuros profesionistas, desarrollo económico, competencias emprendedoras

Abstract

This study was performed at a public university located in South East of México, which purpose is to strengthen the entrepreneurial culture of their students to facilitate their entry into the business world. The research aims to determine the mostly used entrepreneurial competencies by students, as well as those that need to be reinforced in order to suggest strategies for improvement, in order to contribute to the economic and social development of the region and the country. This research is exploratory and descriptive with quantitative approach. It was found that 77% of students feel competent to open a business, while 23% think they are not, which means that the Institutional Program for Developing Entrepreneurs (PIDE), operating since 2012, has been successful in fostering the entrepreneurial culture compared to others Institutions in the region. The most developed entrepreneurial competencies by students are: Family and business, Desire to have a business and Credibility, as well as financial affairs handling. The entrepreneurial competencies to be reinforced are: Technical experience, Hard work, and Ability to work with others. It is suggested that the PIDE continue fostering the entrepreneurial culture of the students and also create new strategies that allow the development of entrepreneurial competencies detected as low, as well as motivating students to adequately enroll in small and medium sized firms or for creating their own enterprises.

Keywords: Entrepreneurship, future professionals, economic development, entrepreneurial competencies.

Introducción

Competencias emprendedoras.

David McClelland fue el primero en plasmar el término “competencias” al comprobar que los conocimientos y los test de inteligencia no eran capaces de predecir la adaptación de los individuos a las problemáticas de la vida y al éxito profesional (Gross, 2008). Por ello señalaba que desempeñar adecuadamente una tarea dependía más de las características propias de la persona que de su currículum, experiencia y habilidades, por lo que investigó sobre nuevos factores que le permitieran construir una mejor predicción del rendimiento laboral, a los que en 1975 llamó competencias. Entonces, las competencias aparecieron como el “rendimiento en el trabajo”. Por su parte, Valle (2003) refiere que cada vez es mayor el número de PyMES interesadas en evaluar a su personal más por las competencias que puedan demostrar en el trabajo, que por el cumplimiento de sus tareas. Al respecto, Maisch (2004) indica que las empresas deben definir las competencias que las distinguen y que les ayuden a cumplir con su misión. Una vez definidas éstas, las empresas deben diseñar un sistema de evaluación que les permita determinar las carencias y necesidades de desarrollo, con la finalidad de hacer frente a los retos del entorno cambiante y complejo.

Cardona y Chinchilla (1999) señalan que las competencias son comportamientos observables y habituales que posibilitan el éxito de una persona en su función, mientras que Allende y Morones (2006. P.4) las definen como “el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas, tanto específicas como transversales, que debe reunir un egresado para satisfacer plenamente las exigencias sociales”. Palacios (1999), basado en una serie de investigaciones, sugiere las siguientes competencias emprendedoras:

- 1. Espíritu emprendedor.** Consiste en tener “olfato del negocio”, es decir, tener una idea entre “ceja y ceja”, defender su negocio contra “viento y marea” y ser capaz de “mover montañas con su fe”.

2. Deseo de tener un negocio. Implica sentir una gran necesidad de tener un negocio, así como la disposición a sacrificar las ganancias iniciales por el largo plazo.

3. Experiencia técnica previa. Es tener profundo conocimiento del negocio, de los procesos y del producto. Para ser un empresario exitoso, la persona debe conectarse con el tipo de negocio por un período mínimo de cinco años para poder captar la esencia del negocio.

4. Tolerancia al riesgo. Es la capacidad para afrontar riesgos calculados, es decir, con base en un estudio o plan previamente establecido. Una baja tolerancia al riesgo es lo que se llama “miedo al fracaso” (Barroso, 2012).

5. Trabajo arduo. Disposición a dedicar esfuerzo y muchas horas de trabajo, muy frecuentemente sin recompensas inmediatas.

6. Capacidad para reponerse y aprender. Es aprender de los errores y salir de nuevo adelante. Implica además tenacidad y perseverancia.

7. Sociedad tolerante. Se refiere a la capacidad para saber entenderse entre los socios, de escoger a los más adecuados y trabajar en equipo.

8. Credibilidad. Tiene que ver con la capacidad del emprendedor para generar confianza basada en el comportamiento ético reflejado al ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes y demostrar aprecio por los trabajadores. En definitiva, es hacer las cosas bien, con integridad y actuar de acuerdo con principios éticos.

9. Priorizar. Tener la capacidad y habilidad suficiente para establecer prioridades y cumplirlas. Implica en “saber poner el dedo en la llaga” o “saber en dónde aprieta el zapato”, de tal forma que se actúe sobre lo que es realmente importante.

10. Familia y negocio. Debido a que muchas de las nuevas empresas son de tipo familiar, buena parte del éxito empresarial se logra a través de las buenas relaciones familiares y la capacidad de preparar a la empresa para la sucesión y la profesionalización de sus cuadros de mando. También abarca el conocimiento, habilidad y actitud para combinar adecuadamente el negocio y la familia.

11. Profesionalismo. Se refiere a la capacidad para desarrollar las habilidades y capacidades internas, así como las prácticas y estrategias necesarias para asegurar la supervivencia y el crecimiento empresarial. Se relaciona con la capacidad y voluntad para superarse constantemente.

Orientación para emprender

Zaragoza (2013) indica que de acuerdo a los resultados de la Tercera Encuesta de Empleo 2013 realizada por www.trabajando.com y Universia, el 85% de los jóvenes mexicanos quiere iniciar negocios propios que les permitan libertad de acción profesional, mejores ingresos económicos y ser su propio jefe, mientras que el 15% se orienta hacia un trabajo fijo, pues prefieren estabilidad en el empleo, no se sienten capacitados para emprender, creen que no es el mejor momento o bien, no manifestaron vocación emprendedora en el momento de dicha Encuesta. Además, los principales temores que los jóvenes mexicanos manifestaron fueron perder sus ahorros, deber dinero, fracasar y enfrentar un futuro inestable. En cuanto a las principales trabas para emprender, éstas son la situación económica, la carga impositiva, falta de crédito, exceso trámites burocráticos y la falta de formación en las instituciones de educación superior (IES) relativa a emprendimiento (Universia, 2013). Sin embargo, para Barroso (2012) las principales causas por las que los jóvenes no emprenden son: (1) falta de necesidad de tener un negocio; (2) miedo al fracaso, (3) inadecuada combinación negocio-familia, y (4) insuficiente o nula experiencia técnica previa, por lo que las IES deben orientar sus programas de formación principalmente a estos cuatro puntos.

El comportamiento del emprendedor se ha estudiado desde diferentes enfoques. Sin embargo, hasta el momento no se ha llegado a un consenso o teoría generalmente aceptada sobre el concepto de emprendedor. Por ejemplo, diversos estudios han encontrado que el acto de crear una empresa, aunque existan aspectos intuitivos que influyan en dicha decisión, es una conducta racional y no el producto de un impulso o una decisión (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Por otra

parte, la teoría del comportamiento planeado (TCP) de Ajzen (1991) afirma que cuando la conducta es racional, el mejor predictor de la acción es la intención para actuar. También existe discusión en torno al hecho de que si la intención de emprender es propia de la persona que tiene ciertos rasgos de carácter o si la educación y la formación para el emprendimiento influyen en que un individuo se sienta capaz y motivado a emprender.

Otros estudios señalan que el emprendedor es una persona con características especiales. Por ejemplo López-Salazar (2010) menciona que la proactividad, la necesidad de logro, la innovación y la independencia son algunos de los rasgos que caracterizan a los emprendedores de éxito. Asimismo, señala que del resultado de varios estudios sobre proactividad empresarial sobresalen seis características básicas: (a) buscar oportunidades; (b) crear oportunidades; (c) tener iniciativa; (d) ser promotor de nuevas circunstancias; (e) anticipar problemas y (e) tener actitud de control. Menciona además la importancia de desarrollar un comportamiento proactivo para crear empresas que puedan competir en diversos mercados, pues es a través de la proactividad como el empresario puede responder a las necesidades del entorno. Cross y Travaglione (2003) resaltan como factores determinantes del comportamiento emprendedor la necesidad de realización, el poder de control y la propensión al riesgo. Por su parte, Barroso (2013) señala la importancia de fomentar la creatividad en las instituciones educativas y en las empresas como base para el comportamiento innovador y emprendedor.

Formación de emprendedores

Una investigación realizada por Varela y Jiménez (1998) en Colombia evidenció que es posible formar empresarios que sean emprendedores al mismo tiempo. Por su parte, un estudio de López-Salazar (2010) con 418 empresarios en México evidenció que existe gran aspiración de éstos por salir adelante, pero que su visión no estaba alineada con el nivel de proactividad con la que ellos manejan sus organizaciones y, por ende, se pierde efectividad en sus esfuerzos

emprendedores. Otros autores como Materano, Ruiz, Torres y Valera (2009) investigaron la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor de la carrera de Ingeniería Agrícola de la Universidad de los Andes en Trujillo. Los resultados indican, por un lado, la carencia de formación empresarial y debilidades en cuanto a seguridad emocional, perseverancia, optimismo y capacidad de organización, al mismo tiempo que fortalezas en cuanto a creatividad, autonomía y necesidad de logro para concebir y desarrollar proyectos. Todo esto sirve como criterio para sugerir la inserción del componente “Desarrollo del espíritu emprendedor” para la formación empresarial en la carrera de Ingeniería Agrícola. Para García (2013), la adopción y la enseñanza de la cultura empresarial en las IES es el resultado de la adaptación educativa mexicana a las transformaciones del capitalismo y de la internacionalización de la educación superior. Sin embargo, otros investigadores enfatizan los valores éticos y la responsabilidad social de los emprendedores en relación con el resto de la población en general. Kuratko (2005) sostiene que hoy en día el emprendimiento puede ser enseñado o por lo menos incentivado, es decir, que el emprendedor no nace, sino que se hace, lo cual es apoyado por diversos estudios que demuestran que los cursos de emprendimiento han tenido buenos resultados en la propensión a emprender, por parte de los estudiantes (Matlay, 2008; Barroso, 2013). Ibarro (2011) señala que las visitas guiadas a empresas permiten incrementar el desarrollo de competencias y el interés por la adquisición de conocimiento, por lo que deben fomentarse durante todo el tiempo en que el estudiante transita por la institución educativa.

Emprendimiento en México

Aguirre (2013) refiere que, según el Índice Global de Emprendimiento y Desarrollo, México se encuentra en el lugar número 62 de un total de 118 países, de acuerdo con los registros del Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI por sus siglas en inglés). Esta organización se dedica al estudio de los factores que conllevan al crecimiento económico y a la creación de empleos, ambos

considerados como factores básicos para la competitividad y productividad de cualquier país. Asimismo, México ocupa el lugar 57 en términos de actitud emprendedora, 46 en habilidad y el 74 en aspiraciones emprendedoras, por lo que es necesario fortalecer las instituciones de Gobierno enfocadas en promover la cultura emprendedora desde etapas tempranas para fomentar una cultura que mejore el ecosistema de inversión de riesgo y los mecanismos para el financiamiento inicial de emprendimiento, entre otros aspectos, finaliza Aguirre (2013).

La adopción y enseñanza de la cultura empresarial en las universidades en México es el resultado de la adaptación educativa a las transformaciones del capitalismo y la internacionalización de la educación superior (García, 2013). Por ello, las IES deben estar conscientes de su importante papel en la construcción social de una nueva visión económica basada en las ventajas competitivas que emanan de la articulación de la economía con la globalización. Al respecto, Valera (2005) señala que se ha asignado a las IES, especialmente durante este naciente siglo, la responsabilidad social de ser fuentes del proceso económico mediante el apoyo a la creación de nuevas empresas, nuevas tecnologías, nuevos productos, nuevos empresarios y nuevas formas administrativas, entre otros aspectos. Además, la creatividad, las competencias y el apoyo a la investigación son factores para crear empleos e impulsar el desarrollo económico. Por lo tanto, se demanda a las IES cambios en su concepción, operación y en sus criterios de evaluación, lo que las obliga a rediseñarse y asumir su papel de catalizadoras de la transformación social y económica que un país necesita.

Liñan (2005) afirma que, como resultado de la crisis económica de los años setenta en México, comenzó a manifestarse una creciente presencia de pequeñas y medianas empresas (PyMES), las cuales han tenido cada vez más importancia en diversos aspectos de la economía tales como la creación de empleos, producción, innovación y exportación de bienes, por citar algunos de ellos. Pero no solo ha sucedido esto en México. Por ejemplo, entre 1976 y 1978 las pequeñas empresas generaron más de la mitad de empleos en E.E.U.U. (Acs y Audretsch, 1990). Además, el análisis realizado de 1979 a 1986 en cinco países

Europeos (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Dinamarca) indican que el número de pequeñas empresas aumentó a razón de un 0.35% anual en cifras totales, e incrementaron su participación en ventas a un ritmo del 1.33% anual (Schwalbach, 1994).

Planteamiento del problema

Para Valera (2005), la regla actual es la competitividad entre las empresas, pero dicha competitividad está a su vez basada en el conocimiento. Dicho conocimiento se genera de manera formal en las IES y en los escasos centros de investigación científica (CICs) del sistema público debido a que las empresas no cuentan con unidades de investigación ni con el personal para estos fines. En los últimos años se ha hablado de varios modelos tales como el de Oxford, el de Cambridge, el de Babson o el Warwick, entre otros, que son ejemplos del concepto de universidad con espíritu empresarial. Sin embargo, salvo algunas excepciones, esto está muy lejos de verse en el México actual, por lo que se refuerza la necesidad de que las IES en general se reinventen cambiando su concepción, orientación, operación y criterios de evaluación, de manera que sean generadoras, usuarias y transmisoras de conocimiento útil a través de una vinculación efectiva con el Gobierno y el sector empresarial, como indica Barroso (2012). Se requiere que las IES sean motores del cambio social y económico, en un marco de cuidado al medio ambiente, lo que no está sucediendo, por lo que se genera frustración en las aspiraciones de alumnos y desperdicio de recursos al diseñar cursos de emprendimiento que no son acordes a las competencias necesarias por los alumnos ni el medio.

¿La participación de los alumnos en programas de fomento al emprendimiento puede mejorar las competencias emprendedoras de éstos? Para ejemplificar esto y según lo expuesto en este trabajo, se presenta un estudio en una universidad pública del Sureste de México, la cual se caracteriza por la implementación de cursos y programas para formación de emprendedores. En ella hay alumnos que han participado en estrategias del Programa Institucional de Desarrollo de

Emprendedores (PIDE) de dicha institución, pero es necesario saber si ha sido eficaz para incrementar las competencias emprendedoras de los educandos.

Objetivo

Con base en lo anterior, este trabajo tiene como objetivo verificar la efectividad del PIDE para ayudar a los alumnos a desarrollar competencias emprendedoras, así como sugerir estrategias de mejora y vinculación de la IES con las PyMES de la localidad.

Justificación

La investigación contribuye a la literatura acerca del emprendimiento y a encontrar las competencias emprendedoras que mejor utilizan los futuros profesionistas, así como las que necesitan desarrollar, con la finalidad de proponer estrategias tendientes a fomentar la creación de nuevas empresas que coadyuven al desarrollo económico y sustentable de esta región del Sureste Mexicano. Además, los hallazgos servirán para actualizar los planes de estudio de licenciatura y posgrado con respecto al desarrollo de las competencias emprendedoras y el emprendimiento.

Con el mejoramiento y fortalecimiento de las competencias emprendedoras se lograrán beneficios tales como: (a) incrementar el número de emprendedores egresados del sistema público; (b) mayor desarrollo de las PyMES en el Estado; (c) incremento de las fuentes de empleo, y (d) mayor contribución por recolección de impuestos para beneficio social, repercutiendo a nivel local, regional y nacional, entre otros. Esta experiencia podrá ser útil para otras en el país y en América Latina para la formación de emprendedores a través de la identificación de sus competencias y la puesta en marcha de programas pertinentes y necesarios para tal efecto. Aunque los resultados son válidos solamente para la universidad participante, la metodología puede ser utilizada en otras IES con las debidas adecuaciones.

Metodología, material y métodos

Tipo, diseño y método

Este estudio comienza como exploratorio y evoluciona a descriptivo, con enfoque cuantitativo, con diseño no experimental transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). El método es el estudio de campo utilizando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Participaron tres de las cuatro Dependencias de Educación Superior (DES) de la universidad en estudio: (a) Ciencias de la Salud; (b) Ciencias Sociales y Humanidades, y (c) Ingeniería y Ciencias. La DES de Ciencias Agropecuarias no intervino debido a que el campus se encuentra en un municipio retirado de donde se encuentra la universidad.

Participantes en el estudio.

Contexto de la IES en estudio

La IES participante es una universidad pública ubicada en el sur de México, fue inaugurada en el año de 1965. Actualmente cuenta con nueve Facultades y una Escuela Superior donde se imparten 25 licenciaturas, ocho maestrías, seis especialidades médicas y un diplomado. Además cuenta con seis centros de investigación, un instituto para conservar los recursos marino-costeros del país y un programa ambiental. Agrupa sus actividades educativas y de investigación en áreas afines que denomina Dependencias de Educación Superior (DES). En este sentido, la institución cuenta con cuatro DES: (a) Ciencias Agropecuarias, (b) Ciencias de la Salud, (c) Ciencias Sociales y Humanidades, y (d) Ingeniería y Ciencias.

La capacidad emprendedora es una de las 15 competencias genéricas del perfil universitario para nivel de licenciatura, según esta universidad ha definido. Por lo tanto, la universidad cuenta a partir de agosto de 2012 con un Programa Institucional de Desarrollo de Emprendedores (PIDE), el cual tiene la finalidad de

fortalecer la vinculación de toda la comunidad universitaria con los sectores productivos de bienes y servicios, 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 requieran las empresas, contribuyendo así al desarrollo económico del estado. Para tal fin, se imparten las siguientes unidades de aprendizaje: (1) Taller de emprendedores en el nivel superior y (2) Cultura emprendedora en el nivel medio superior. Además, se dictan conferencias sobre cultura emprendedora y talleres con la participación de docentes, investigadores y diversas dependencias relacionadas con el sector empresarial, tales como la Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial (SEDICO), Secretaría de Economía (SE), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Servicio de Administración Tributaria (SAT), Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), entre otras.

Participantes en el estudio

Mediante el cálculo de la muestra con el 95% de confiabilidad y un error máximo de 5% para muestras finitas, se encuestó a un total de 362 alumnos que actualmente se encuentran estudiando el tercer semestre de su licenciatura debido a que son los más involucrados en la implementación de las estrategias del PIDE desde el año de 2012, distribuidos de la siguiente manera: (a) 121 de la DES de Ciencias de la Salud, de los cuales 40 son de la Facultad de Medicina, 30 de la Facultad de Enfermería y 51 de la Facultad de Odontología; (b) 120 de la DES de Ciencias Sociales y Humanidades, de los cuales 20 son de la Facultad de Derecho, 40 de la Facultad de Contaduría y Administración, 20 de la Facultad de Ciencias Sociales y 40 de la Facultad de Humanidades, y (c) 121 de la DES de Ingeniería y Ciencias, de los cuales 60 son de la Facultad de Ingeniería y 61 de la Facultad de Ciencias Químico Biológicas. El 52% de los estudiantes encuestados son hombres y el 48% son mujeres. El rango de edad es de 19 a 25 años.

Instrumento y procedimiento.

Se administró el cuestionario de competencias emprendedoras de Palacios (1999) adaptado y validado por Santos (2011). Este instrumento reúne las características que se desean estudiar pues identifica, desde la perspectiva de los participantes, las competencias emprendedoras más practicadas o desarrolladas por los participantes para crear una empresa, además de que ha sido empleado en múltiples estudios por Barroso y Santos (Barroso 2012). Para el estudio en la IES participante se administró una prueba piloto a 36 estudiantes (aproximadamente 10% de la muestra) escogidos al azar y se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.72, por lo que se consideró confiable. Para la recolección de datos se solicitó el apoyo de un equipo de alumnos capacitados para tal efecto, principalmente de administración y finanzas.

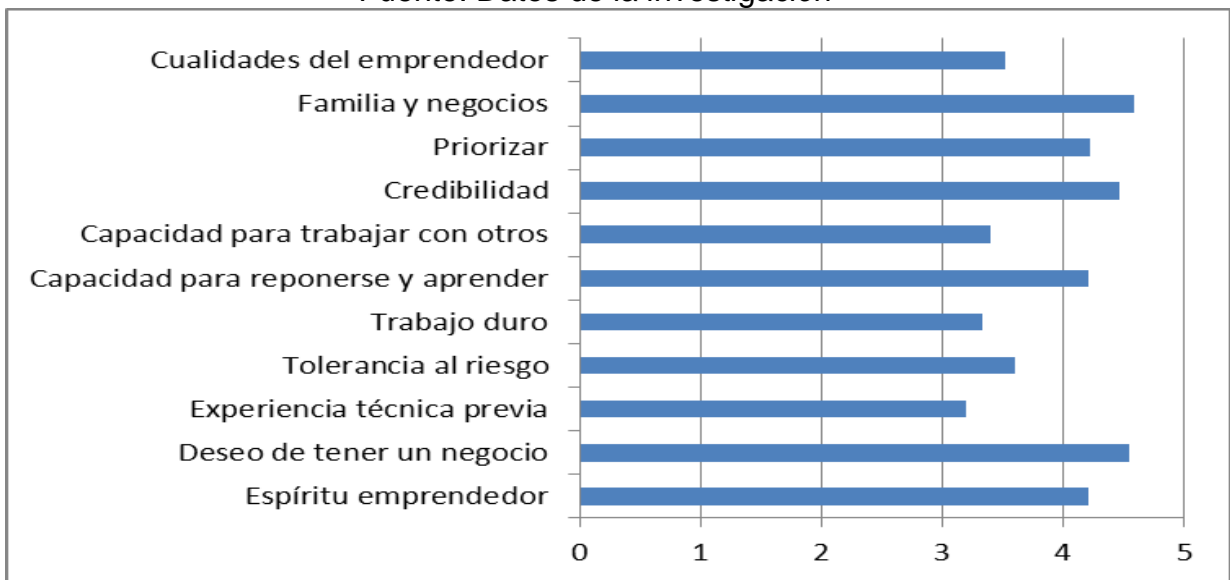
El cuestionario, que es de escala tipo Likert, tiene los siguientes valores de respuesta y su escala de interpretación: “Totalmente en desacuerdo” (de 1 a 1.5); “En desacuerdo” (de 1.51 a 2.5); “Indiferente” (de 2.51 a 3.5); “De acuerdo” (de 3.51 a 4.5) y “Totalmente de acuerdo” (de 4.51 a 5.0). La información se analizó mediante el paquete estadístico SPSS y las utilerías de Excel. Las respuestas a las preguntas abiertas fueron agrupadas por frecuencia de mención en ideas clave, las cuales a su vez se asignaron a categorías, para lo que se construyeron cuadros de análisis de convergencia y se interpretaron los resultados con base en la metodología propuesta por Hernández et al. (2010) y Álvarez Gayou (2003). Por otra parte, es necesario señalar que se siguieron las consideraciones éticas que sugiere la metodología de la investigación y se dio trato confidencial a la información recopilada.

Resultados.

Respuestas al cuestionario

Los resultados muestran que las competencias emprendedoras reconocidas como más desarrolladas por los estudiantes son: “Familia y negocios” (4.59, totalmente de acuerdo), “Deseo de tener un negocio” (4.55, totalmente de acuerdo) y “Credibilidad” (4.46, de acuerdo). Por otra parte, los valores más bajos son: “Experiencia técnica previa” (3.2, indiferente), “Trabajo arduo” (3.3, indiferente) y “Capacidad para trabajar con otros” (3.4, indiferente), como se aprecia en la figura 1.

Figura 1. Competencias emprendedoras de los estudiantes.
Fuente: Datos de la investigación



Los estudiantes sienten que para tener un negocio, lo principal es el deseo de tener uno. Consideran que la familia es importante y que la empresa constituye un patrimonio que puede ser traspasado a sus hijos cuando se retiren. Además, están conscientes de que deben ofrecer productos de calidad, respetar a los clientes, mostrar aprecio por los trabajadores y actuar de acuerdo a principios y valores. Los puntajes más bajos denotan el reconocimiento de que les falta experiencia técnica previa, lo que implica la necesidad de mayor conocimiento para abrir y operar un negocio, así como experiencia para elaborar productos o brindar servicios y conocer el entorno empresarial. También requieren mayor disposición al trabajo arduo y horas de trabajo, en ocasiones sin recompensas

inmediatas. Un punto importante es su percepción en cuanto a que necesitan mejorar sus relaciones unos con otros, escoger a los colaboradores más adecuados y aprender a trabajar en equipo dentro de un ambiente operativo.

Respuestas a preguntas abiertas.

En cuanto a las preguntas abiertas, según la percepción general de los participantes, el 66 % no emprende por falta de recursos, conocimientos, entusiasmo e iniciativa, y sólo el 34 % de los jóvenes son emprendedores.

Tabla 1. Motivos por los que se los estudiantes se sienten competentes para trabajar en una empresa como asalariados. Respuestas en porcentaje de frecuencia de mención.

Motivo	lResp.	%
Preparación académica	135	38
Responsables	82	23
Valores éticos	71	20
Eficiencia	67	19
Total	355	100

Fuente: Datos de la investigación.

Cabe mencionar que 355 (98%) se sienten competentes para trabajar en una empresa como asalariados, mientras que el resto considera que les falta mayor preparación, lo que denota que casi la totalidad de los estudiantes se sienten competentes para trabajar en una empresa, pero solo un número reducido se siente competente para abrir un negocio. Los motivos de esto pueden verse en la tabla 1, en la que se observa que la preparación académica es el principal motivo por el que los estudiantes se sienten competentes para trabajar en alguna empresa, seguido por la responsabilidad, valores éticos y eficiencia. Como ejemplo se presentan los siguientes argumentos:

“Me he preparado lo suficiente dentro de mi especialidad y siento que conozco lo esencial para desempeñar un trabajo, pero reconozco que me falta experiencia”.

“Las empresas valoran a la gente comprometida, honesta y eficaz, características muy difíciles de encontrar en los tiempos modernos”.

“Me siento con los conocimientos básicos de mi profesión, pero no para manejar una empresa, lo cual se da con el tiempo”.

Sin embargo, 279 (77%) estudiantes reconocieron sentirse competentes para abrir un negocio, en tanto que 83 (23%) consideran que no se sienten competentes para ello. Esto significa que el PIDE ha logrado fomentar en gran medida la cultura emprendedora, pues el porcentaje de alumnos que se sienten competentes para abrir un negocio era menor antes de la implementación de dicho programa. Los motivos para abrir o no un negocio se observan en la tabla 2.

Tabla 2. Motivos de los participantes para sentirse o no sentirse competentes para abrir un negocio.

Se siente competente	Resp	%	No se siente competente	Resp	%
Capacidad Financiera	112	40	Falta de capacidad financiera	37	44
Preparación académica	78	28	Falta de experiencia	18	22
Relaciones adecuadas	47	17	Falta de conocimientos	15	18
Iniciativa	42	15	Desinterés para emprender	13	16
Total	279	100	Total	83	100

Fuente: Elaborado a partir de datos recolectados en la investigación

En la tabla 2 se advierte que la capacidad financiera es el principal motivo para sentirse competente para abrir una empresa, seguido de la preparación académica, relaciones e iniciativa, mientras que la falta de capacidad financiera es también el motivo principal para no crear un negocio. Al respecto, se registraron los siguientes testimonios:

“Mi familia cuenta con el capital para abrir un negocio. De hecho, cuando termine de estudiar hay planes de apoyo, aunque cabe aclarar que nunca he incursionado en el mundo empresarial”.

“Además de mi preparación profesional, siento que necesito ciertos conocimientos especializados que no se enseñan en la escuela. Por ejemplo, asesoría sobre como iniciar mi empresa, trámites y requisitos legales, entre otros”.

“Mi meta desde que inicie mis estudios es trabajar y desarrollarme dentro de una empresa de prestigio, crear antigüedad y retirarme dignamente. No necesariamente tengo que ser empresario”.

Los trabajos en los que se sienten competentes son diversos: empresas de servicios, manufactureras y comerciales. Señalaron que para ser competentes les falta terminar sus estudios, adquirir experiencia, perder el miedo a emprender, así como mayor confianza y autonomía.

Conclusiones

El PIDE es incipiente, pues sólo cuenta con dos años de haberse implantado en la universidad pública en estudio. Sin embargo, a pesar del poco tiempo que tiene operando ha logrado despertar el interés de los estudiantes, pues se ha incrementado el deseo de tener un negocio propio, pero tomando en cuenta la influencia de los lazos familiares y el deseo de obtener credibilidad, es decir, una buena reputación en la comunidad. Los alumnos consideran que les falta fortalecer la experiencia técnica, el trabajo arduo y la capacidad para trabajar con otros. Todo esto es consistente con Palacios (1999) en cuanto a que la experiencia técnica no solamente se refiere a la habilidad de una profesión, sino también al entendimiento del negocio como tal, por lo que el estudiante debe conectarse con el tipo de negocio en un período de tiempo estimado entre cinco y diez años para captar su esencia. Además, el alumno debe estar consciente de que a medida en que crece y se estabiliza la empresa, comenzarán a observarse

los primeros síntomas de inestabilidad en la relación con los otros socios, en caso de haberlos. También pueden haber situaciones de conflicto por la sensación de abuso o aprovechamiento que siente el socio que más trabaja, cuando uno pone el dinero y otro el trabajo, o bien, cuando uno de los socios tiene demasiado poder sobre el otro, generando una dependencia que no es sana para ellos ni para la empresa.

Llama la atención el que los resultados de la tabla 1 contradigan lo obtenido por Barroso (2012), en cuanto a que la principal causa por la que los alumnos no se sienten competentes para abrir un negocio sea la principal causa y que la falta de interés por emprender sea la cuarta, lo cual indica que los alumnos de esta IES están orientados al emprendimiento. Esto puede deberse a que los estudios de Barroso (2012) se hayan efectuado en estudiantes de licenciatura en general en la región, mientras que los participantes en el estudio presentado ya han participado en el PIDE, por lo que ellos ya tienen las ganas y competencias para abrir un negocio y son conscientes de que les falta la parte financiera. No aparecen como principales el miedo al fracaso ni la preocupación por la combinación negocio-familia, por lo que éstos serían puntos a favor para indicar que el PIDE está funcionando en cuanto a que incita a los alumnos a emprender. Desde este punto, el PIDE es eficaz en cuanto a que los participantes en él muestran deseo de abrir un negocio y se enfocan más en aspectos técnicos y financieros porque ya han desarrollado competencias emprendedoras, en comparación con los demás alumnos de licenciatura en general en la región y que no han participado en dicho programa. Sin embargo, siempre es necesario un constante reforzamiento en cuanto a deseos de abrir un negocio, perder el miedo al fracaso, compaginación familia-trabajo y experiencia técnica. Entonces, participar en un programa institucional incrementa las competencias emprendedoras, aumenta la intención para emprender, reduce el miedo al fracaso y ayuda a compaginar familia y trabajo. Esto corrobora lo indicado por Kuratko (2005), en cuanto a que un emprendedor se hace. Entonces, las IES pueden ser una cantera ilimitada de emprendedores. A pesar de que existen deseos de tener un negocio, llama la atención el que la mayoría de los estudiantes se sientan más competentes para trabajar en una

empresa que para abrir un negocio, aunque hay alumnos que se sienten competentes para ambos escenarios, por lo que se sugiere que el PIDE continúe fomentando la cultura emprendedora de los estudiantes. Asimismo, es necesario implementar nuevas estrategias de mejora de dicho programa que permitan el desarrollo de las competencias emprendedoras que fueron detectadas como bajas, tales como la falta de experiencia, trabajo arduo y capacidad para trabajar con otros.

Se propone mayor vinculación con las PyMES, Gobierno y otras instancias académicas (Barroso, 2013), visitas guiadas (Ibarrondo, 2011), convenios para estancias, asesoría para iniciar una empresa, trabajo en equipo y negociación, para alimentar constantemente el PIDE con las expectativas que dichas empresas tienen, de manera que los estudiantes estén mejor formados en cuanto a competencias emprendedoras una vez que egresen, ya sea para incorporarse a las empresas actuales o para formar su propia PyME. Entonces, toda IES debe tener su propio PIDE o utilizar alguno que ya existe, como el que se tiene la IES participante en este trabajo.

Estudios Futuros

Este estudio se realizó en el año de 2014 y sólo incluyó a estudiantes de nivel licenciatura. Una siguiente etapa podría incluir a alumnos de más IES en otras partes de México y de América Latina, de manera que se cuente con información representativa y por entidad, tanto de instituciones públicas como privadas, realizar estudios comparativos y atender las necesidades de reestructuración y modernización del PIDE o programas similares en cuanto a competencias emprendedoras y emprendimiento. De igual forma, con la información recabada se diseñará un plan de estrategias para administrar en IES para seguir fomentando el emprendimiento con base en las competencias más utilizadas por los estudiantes, así como para mejorar aquellas en que se obtuvieron resultados más bajos.

Referencias

- Acs, Z. J., y Audretsch, D. B. (1990). Small firms in the 1990s, en Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. (Eds). The economics of small firms: a European challenge, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- Aguirre, L. (2013). Potencializando el emprendedurismo y su impacto económico. Forbes. México. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/sites/por-que-los-emprendedores-no-ayudan-tanto-a-la-economia/> [Acceso 3 junio 2014]
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, (50), 179-211.
- Allende, C., y Morones, G. (2006). Glosario de términos vinculados con la cooperación académica. México: ANUIES. Disponible en: <http://www.anui.es.mx/media/docs/convocatorias/pdf/glosariocoopnal2-jul06.pdf> [Acceso 20 junio 2012]
- Álvarez-Gayou, J. (2003). Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. México: Colección Paidós Educador. Paidós Mexicana.
- Barroso, F. (2012). Pensamiento creativo y competencias emprendedoras de alumnos de licenciatura. Un estudio en el Sureste de México. Memorias del XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. FCA UNAM. Ciudad Universitaria. Octubre 3-5.
- Barroso, F. (2013). Gestión del conocimiento en empresas y organizaciones sociales productivas exitosas. Un estudio en el sureste de México. Hitos de Ciencias Económico Administrativas, 19(55), 103-114.
- Cardona, P. y Chinchilla, N. (1999). Evaluación y desarrollo de las competencias directivas. Harvard Deusto Business Review, (89), 10-27.
- 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, 11(3), 221-228.
- García, D. (2013). Aportaciones para el análisis de la cultura empresarial en la universidad mexicana. El caso del Tec de Monterrey. Revista Mexicana de Investigación Educativa, 18(56), 191-221. Disponible en: <http://www.comie.org.mx/v1/revista/visualizador.php?articulo=ART56008&critorio=http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v18/n056/pdf/56008.pdf> [Acceso 20 mayo 2014]
- Gross, M. (2008). Nuestro déficit de competencias directivas (corregido). Pensamiento imaginativo. Disponible en : <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/161409/Nuestro-deficit-de-Competencias-Directivas-corregido.html> [Acceso 25 mayo 2013]
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. P. (2010). Metodología de la investigación (5ª. Ed). México: Mc Graw Hill.
- Ibarrondo, P. (2011). Práctica empresarial y desarrollo de habilidades en el aprendizaje de la Contabilidad de Gestión. Educade. Revista de Educación en Contabilidad, Finanzas y Administración de Empresas, (2), 35-50. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Universidad de Sevilla. Disponible en: <http://www.educade.es/docs/02/02-ibarrondo.pdf> [Acceso 22 julio 2013]

- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, (15), 411- 432.
- Kuratko, D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Liñan, F. (2005). Una clasificación de la educación empresarial: diferencias entre los Estados Unidos y Europa. *Revista Gestao Industrial*, 1(1), 1-23. Disponible en: <http://grupo.us.es/gpyde/DOWNLOAD/b1.pdf> [Acceso 2 marzo 2014]
- López-Salazar, A. (2010). La proactividad empresarial como elemento de competitividad. *Ra Ximhai. Revista de Sociedad, Cultura y Desarrollo Sustentable*, 6(2), 303-312. Disponible en: <http://www.ejournal.unam.mx/rxm/vol06-02/RXM006000211.pdf> [Acceso 22 enero 2014]
- Maisch E. (2004). La alineación estratégica de los recursos humanos a la gestión organizacional. *Gestión del talento. Gestipolis*. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/canales3/rh/aliesrrrh.htm> [Acceso 22 noviembre 2013]
- Materano, W., Ruiz, L. F., Torres, C. y Valera, A. (2009). Una mirada a la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades. *Visión Gerencial*, 8(2). Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/viewArticle/784> [Acceso 15 mayo 2012]
- Matlay, H. (2008). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396.
- Palacios, L. (1999). *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Santos, R. A. 2011. *Competencias emprendedoras de jóvenes y oportunidades para su desarrollo laboral en su región. El caso de la zona maya denominada Camino Real de Campeche*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Anáhuac Mayab. Mérida, Yucatán, México.
- Schwalbach, J. (1994). Small business dynamics in Europe. *Small Business Economics*, 6(1), 21-25.
- Universia (2013). 85% de los universitarios mexicanos quieren emprender a pesar de sus miedos y desafíos. Disponible en de: <http://noticias.universia.net.mx/empleo/noticia/2013/07/25/1038793/85-universitarios-mexicanos-quieren-emprender-pesar-miedos-desafios.html> [Acceso 3 junio 2014]
- Valera, R. (2005). Hacia una Universidad con espíritu empresarial. *Forum Empresarial*, 10(1), 70-84. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/631/63110104.pdf> [Acceso 5 marzo 2014]
- Varela, R. y Jiménez, J. (1998). Desarrollo del espíritu empresarial en la universidades de Cali. Universidad de ICESI. *Estudios Gerenciales*, (68), 71-87. Disponible en: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/348 [Acceso 2 febrero 2014]

- Valle, I. (2003). Sobre competencias laborales. Gestipolis. Disponible en: <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/sobrecomp.htm> [Acceso 5 abril 2014]
- Zaragoza, Y. (2013). Contempla 85% de universitarios mexicanos ser emprendedores. La Prensa. Disponible en: <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n3066209.htm> [Acceso 3 junio 2013]