

Factores limitantes del perfil emprendedor en alumnos de Contaduría, Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán

AYALA-RÍOS, Irma†*, GONZÁLEZ-CRUZ, Saúl y FRANCO-PEÑA, Oscar

Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán

Recibido 2 de Enero, 2017; Aceptado 8 de Abril, 2017

Resumen

El objetivo del presente es detectar los factores que limitan el desarrollo del perfil emprendedor de los alumnos de Contaduría del Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. La cultura emprendedora promueve la innovación de satisfactores para mejorar el nivel de vida de la sociedad. Se definió un instrumento de medición que se aplicó a una muestra representativa de 162 alumnos pertenecientes a la Licenciatura en Contaduría, para conocer los elementos que limitan dicho perfil. Esta investigación se define como cuantitativa, cualitativa, correlacional y transversal, derivada de que se puntualizan las características del sistema de interacción - influencia existente entre cada una de ellas. Se considera cuantitativa, por que se usa la recolección de datos para la medición numérica y el análisis estadístico, cualitativa por que describe las características de la muestra objeto de estudio, correlacional; porque vincula dos variables y transversal, pues se limita a un periodo.

Detección, Factores, Perfil, Emprendedor

Abstract

The objective of the present is to detect the factors that limit the development of the entrepreneurial profile of the students of Accounting of the Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. Entrepreneurial culture promotes the innovation of satisfactors to improve the standard of living of society. A measurement instrument was defined that was applied to a representative sample of 162 students belonging to the Degree in Accounting, to know the elements that limit this profile. This research is defined as quantitative, qualitative, correlational and transversal, derived from the characteristics of the system of interaction - influence between each of them. It is considered quantitative, because the data collection is used for the numerical measurement and the statistical analysis, qualitative because it describes the characteristics of the sample object of study, correlational; because it links two variables and transverse, because it is limited to one period. Analyzing the information obtained, we highlight the following: □ 53% report having received theoretical information but not having the experience to undertake. □ 42% said they were afraid to express their project idea because they were wrong and not so good. □ 26% express their fear of failure. In 64 students were detected factors that limit their entrepreneurship, suggesting to train them to overcome these obstacles.

Detection, Factors, Profile, Entrepreneur

Citación: AYALA-RÍOS, Irma, GONZÁLEZ-CRUZ, Saúl y FRANCO-PEÑA, Oscar. Factores limitantes del perfil emprendedor en alumnos de Contaduría, Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. Revista de Didáctica Práctica 2017. 1-1:11-18

† Investigador contribuyendo como primer autor.

*Correspondencia al Autor Correo Electrónico: diana.sanchez@upaep.mx

Introducción

La competencia en la que vivimos nos obliga a prepararnos para enfrentar las contingencias que se nos presentan, tal es el caso del desempleo, del cual las cifras anuales continúan incrementándose gradualmente, dejando así a muchas familias sin sustento, que se ven en la necesidad de involucrar a todos los miembros de la misma para contribuir a la economía familiar. Es importante mencionar que esta situación se puede disminuir desde las aulas escolares, impulsando a los alumnos mediante su formación académica que incentive su iniciativa por crear un negocio y volverse independientes. Esta característica se ve limitada por la falta de estímulos económicos, como también por el apoyo de ideales, porque todo tiene que ver con la constancia que tienen los alumnos en lo que hacen y lo que desean, pudiendo así alcanzar sus objetivos. Todo es cuestión de inversión, ya sea económica, de tiempo, de investigación y búsqueda, de familia y de amigos, ya que estos son factores importantes que pueden definir entre un emprendedor exitoso, o definitivamente el fracaso de un proyecto. Esta actitud permite generar nuevos proyectos, tener nuevas expectativas, y más ambiciones por querer dominar el entorno que nos rodea, una vez que se deciden romper paradigmas y salir de la zona de confort, las actividades que se realizan, se convierten en armas que nos permiten salir al campo laboral y luchar por nuestros objetivos con mayor fuerza, entusiasmo y optimismo.

El objetivo de esta investigación es detectar los factores que limitan al perfil emprendedor de los alumnos pertenecientes a la Licenciatura de Contador Público del Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán, mostrando una visión general del perfil emprendedor para entender el contexto actual, quiénes pueden ser emprendedores y que se requiere para llegar a serlo, seguidamente nos referiremos al espíritu emprendedor.

Este factor que permite desarrollar el potencial que existe en las personas y aprovechar las oportunidades que tiene al alcance para crear algo grandioso y que es lo que los distingue. No existe un prototipo de emprendedor. Nos debe gustar lo que hacemos, debemos tener pasión por lo que se hace. Se debe tener iniciativa y reconocer la iniciativa de los demás. Un emprendedor debe estar dispuesto a arriesgar más y recibir menos, hoy, con la esperanza de arriesgar menos y recibir más. El emprendedor es capaz de enfrentar eficazmente los desafíos que presenta el cambio constante, así como satisfacer a los clientes por sobre lo que la competencia ofrece, y promover un enriquecimiento del que todos ganan. Un emprendedor tiene un sentido de compromiso y responsabilidad social y el cambio es parte de su naturaleza; busca adelantarse al tiempo y tiene interés en agregarle valor a lo ya existente, mejorar e innovar continuamente. No sólo tiene ideas brillantes, sino que requiere ponerlas en práctica; no sólo las señala, sino que se compromete con ellas, Los emprendedores son la esencia de la economía de un país ya que ayudan al crecimiento económico del mismo. Con la verdadera masificación del emprendimiento y cómo este reemplace o eventualmente logre derrotar el empleo informal se dará uno de los pasos más importantes dentro de la evolución de sistema económico que conocemos.

Desarrollo

Observación

Desde el siglo XVIII hasta hoy en día diversos investigadores de múltiples disciplinas en las ciencias sociales han creado distintas interpretaciones y definiciones para conceptualizar el término “emprendedor o emprendedurismo”.

Con el tiempo, “algunos escritores han identificado emprendedurismo con la función de carga de incertidumbre, otros con la coordinación de recursos productivos, otros con la introducción de innovación y aun otros con el suministro de capital” (Hoselitz, 1952).

El término *entrepreneur* nace a principios del siglo XVIII como un concepto económico en un diccionario francés de comercio, definido por Richard Cantillon como: una persona que compra un producto a un precio conocido para venderlo a un precio desconocido, haciendo decisiones del uso y obtención del bien y asumiendo el riesgo de emprender.

Después, casi en la misma época, el economista francés J.B. Say aumento a la definición de Cantillon incluyendo la idea de que el emprendedor ha de ser un líder. J. B. Say afirma que un emprendedor es alguien que une a otras personas con el fin de crear un organismo único de producción.

Los economistas británicos tales como Adam Smith, David Ricardo, and John Stuart Mill, tocaron brevemente en el concepto de emprendedor, aunque ellos se referían a este bajo el amplio término de gestión empresarial. Mientras que los escritos de Adam Smith y David Ricardo sugieren que ellos igualmente subvaloraron la importancia del emprendedurismo.

J.S. Mill sale de su curso para acentuar el significado del emprendedurismo para el crecimiento económico. Es su escrito, Mill afirma que el emprendedurismo requiere “habilidades no ordinarias” y lamenta que de hecho no exista una buena palabra equivalente en inglés que acompañe al significado específico del término francés *entrepreneur*, (Schumpeter, 2010).

Hoy en día, el término se relaciona con un proceso donde se identifica, desarrolla y da vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas. Se afirma, que al utilizar este término se habla de los estudios, las dinámicas sociales, las teorías, las herramientas, la política que tiene su foco en el emprendedor o en su actividad en general, (Cabello ,2006). O bien, como el fenómeno asociado con la actividad humana emprendedora, enfocada a la búsqueda de generación de valor mediante la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados, (Alicia, 2013).

Características de los empresarios

Hipótesis

Gielnik, et al. (2014), analizan detalladamente el comportamiento de las personas emprendedoras, así como los motivos que los impulsan a buscar la forma de crear, sobresalir, ser independientes, y sobre todo que es lo que no les permite darse por vencidos e identifican las siguientes variables:

- La motivación de logro
- Abierto a la experiencia
- Personalidad proactiva
- Amabilidad
- Propensión al riesgo
- Extraversión
- Innovación
- Capital humano
- Tolerancia al estrés

- Capital social
- Autonomía
- Estrategia
- Lugar de control
- Planificación estratégica
- Escrupulosidad
- Planificación empresarial
- Neuroticismo
- Orientación empresarial

Experimentación

Estas variables que fueron estudiadas les permitió identificar las características principales que poseen los emprendedores, y lo que los diferencia de las personas que desean ser emprendedoras, pero al momento de que les haga falta alguna de las características, estos se limitan principalmente a no hacer las cosas o definitivamente son propensos a fracasar, desanimarse y finalmente no continuar con el negocio.

A todo esto, vale la pena considerar que los empresarios necesitan actuar como personas universales, es decir, que cuenten con diferentes habilidades que les permitan ir evolucionando cada día en el ámbito personal y empresarial, y que esto permita la especialización de sus actividades y que el cambio no sea motivo de desequilibrio, si no de desarrollo.

De la misma forma Brescher, (2010) hace referencia como los emprendedores son capaces de incrementar las utilidades de los negocios en base al uso de las redes sociales.

Tomando en cuenta que a la mayoría de las personas a las cuales se les hizo este estudio hacían uso de dicho medio de comunicación, es importante aclarar que el análisis se realizó con 20 emprendedores en los cuales lo primordial eran los años de experiencia tomando en cuenta que la primera etapa se desarrolló en emprendedores de dos a cinco años, que en muchos casos son los más propensos a enfrentarse al fracaso, por cuestiones administrativas lo cual no les da la capacidad suficiente de tomar las decisiones adecuadas.

Basado en el diseño e investigación realizada en la Universidad Autónoma de Baja California, Escuela de Ingeniería y Negocios Guadalupe Victoria, en conjunto con el Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlan, aplicado a la Licenciatura en Contador Público, a un total de 162 alumnos encuestados, muestran tener habilidades de emprendedores dentro de la carrera, así como del campo laboral donde se desarrollan.

Como resultado de la aplicación del instrumento resaltamos las siguientes respuestas:

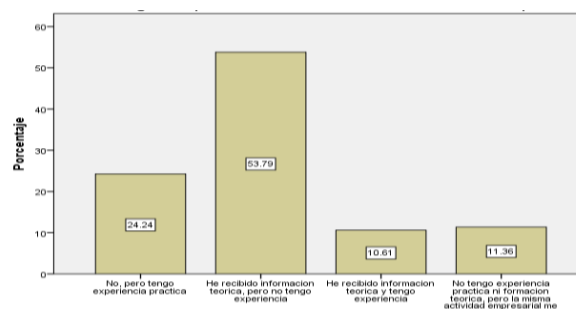


Gráfico 1 Fuente propia (SPSS)

El 88% de los encuestados responden que están dispuestos a emprender su negocio, pero no cuentan con capital suficiente para iniciarlo.

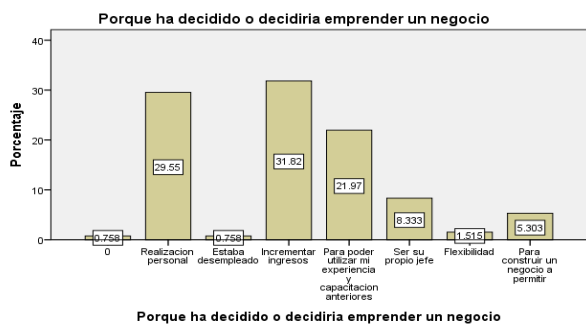


Gráfico 2 Fuente propia (SPSS)

El 31.82% de los encuestados desearían un negocio para incrementar sus ingresos, mientras que el 29.55% lo harían por realización personal.

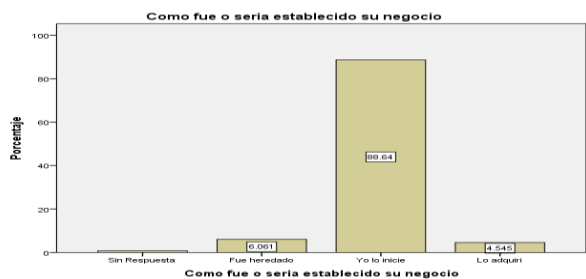


Gráfico 3 Fuente propia (SPSS)

El 53.79% de los encuestados han recibido información acerca de emprender un negocio mientras el 10.61% ha recibido información y tienen la experiencia para llevarlo a cabo.

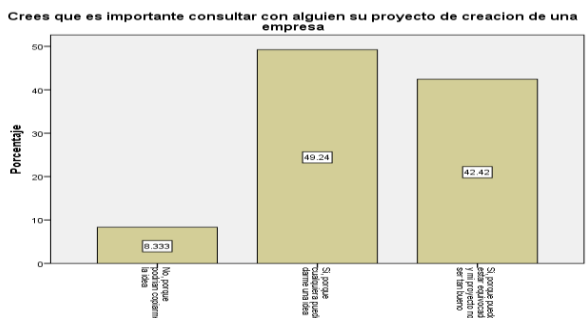


Gráfico 4 Fuente propia (SPSS)

El 49.24% opinan que es importante consultar la idea de su proyecto, para enriquecerlo y promover su venta.

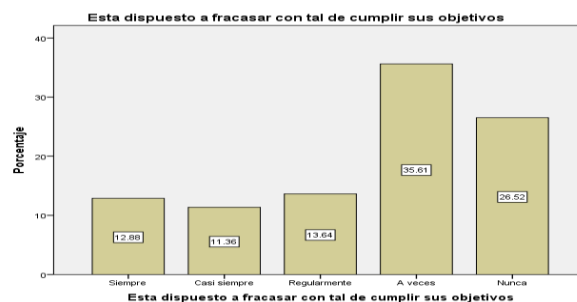


Gráfico 5 Fuente propia (SPSS)

El 35% estaría dispuesto a fracasar con tal de lograr sus objetivos.

Como podemos observar en la información obtenida se destacan varios factores que influyen en el desarrollo del perfil empresarial de los alumnos los cuales mencionaremos a detalle en las conclusiones.

Metodología

Es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Esta escala se difundió ampliamente por su rapidez y sencillez de aplicación, su aplicación ha tenido un crecimiento exponencial a lo largo de los años y en la actualidad.

La escala de Likert también denominada método de evaluaciones sumarias consiste en un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la relación del sujeto en tres, cinco o siete categorías respecto a las cuales se pide a los sujetos que manifiesten su grado de acuerdo o desacuerdo. (Cañadas, 1998).

Encuesta para determinar grado de empresarialidad

La población esta conformada por 320 alumnos de la Licenciatura en Contador Público, de los cuales con base a la fórmula de la muestra nos arroja un total de 162 alumnos que fueron encuestados por la siguiente:

Instrucciones: Esta encuesta pide al alumno responder cada variable, dependiendo de cual es el grado que mayor le aplique a su persona en una escala del 1 al 5, dependiendo de la frecuencia en que realiza las cosas, los valores medios corresponden a que no esta seguro de lo que esta realizando, o duda de realizar las cosas. Llene con el numero correspondiente el cuadro de la derecha dependiendo de la situación en la que se encuentre actualmente.

Se entiende por:

- Emprendedor: Es aquella persona que tiene ideas de generar un negocio, mediante la innovación y requerimientos de la sociedad.
- Empresario: es aquella persona que como tal ya tiene su negocio en marcha y se enfoca a satisfacer las necesidades de la sociedad.

Alfa de Conbach

El Alfa de Cronbach es de .642, ya que Hug Delorme and Reid (2006), menciona que “el valor de fiabilidad en investigación exploratoria debe ser igual o mayor a 0.6” y Nunnally (1967, p.226) dice que “en las primeras fases de la investigación un valor de la fiabilidad debe ser de 0.6 o 0.5”.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.642	32

Resultados

Con lo anterior se puede concluir que los factores limitantes del perfil empresarial en alumnos de Licenciatura en Contador Público se resumen en los siguientes indicadores:

Capital económico. El 88.64% refiere estar interesado en emprender un negocio sin embargo no cuentan con el capital para iniciarlo.

Desconocimiento de las necesidades del entorno: El 45.45% refiere que desearía que su proyecto de negocio perteneciera al sector financiero.

Independencia: El 91.77% refiere no afrontar la responsabilidad de ser su propio jefe.

Conformismo: El 70.45% manifiestan el desinterés hacia una realización personal y solo buscan incrementar sus ingresos empleándose o subempleándose.

Desinterés por conformar un patrimonio familiar: El 94.697% manifiestan el deseo de no consolidar un patrimonio familiar, derivado de que la tendencia de hoy, es usar los bienes y no atesorarlos.

Falta de experiencia: El 100% comenta no tener experiencia en la incursión de un proyecto de negocio.

Falta de capacitación y asesoría: El 46.21% refiere no tener capacitación que les permita desarrollar un proyecto de negocio.

Fracaso: El 64.39% refleja temor al fracaso.

Agradecimiento

Agradecemos a la Universidad Autónoma de Baja California y a su Escuela de Ingeniería y Negocios Guadalupe Victoria, las facilidades de cooperación y vinculación al compartir su instrumento que nos permitió obtener la información que conforma el presente artículo.

Conclusiones

Cuando los tiempos son malos, los verdaderos emprendedores emergen. Robert Kiyosaki (2015). El ser emprendedor representa desarrollar habilidades y cualidades, siendo estas características indispensables que se deben tener para poder fomentar el espíritu empresarial, asimismo, es necesario tener claros los objetivos al que se pretende llegar con un proyecto, reconocer y aprovechar las oportunidades e innovar para tener éxito en el mercado.

Teniendo en cuenta las opiniones de los alumnos del Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlan de la Licenciatura de Contador Público a quienes les fue aplicada la encuesta de esta investigación se puede mostrar que existen factores determinantes que limitan el perfil empresarial de los mismos. Sigue siendo un reto del tecnológico el fortalecer las capacidades, habilidades y perfiles de los alumnos que deseen emprender un proyecto de negocio. No basta con programar conferencias y cursos sobre emprendedores; es necesario incluir el emprendimiento como algo inherente en su carrera pues es importante generar en ellos otra perspectiva e inculcarles el emprendimiento, el espíritu emprendedor y actitud innovadora. Buscando también que por medio del conocimiento los estudiantes desarrollen sus habilidades y competencias al máximo con el fin de impulsarlos hacia la creación de proyectos viables, innovadores y bien planeados que les permitan el desarrollo y crecimiento tanto profesional como económico.

Referencias

Espinoza, F. (2014). El emprendimiento en las MIPYMES ante el desempleo y la corrupción en México. México, México.

Ries, E. (2012). El método lean startup. Barcelona, Barcelona.

Schumpeter, J. A. (2010). Essays of J. A. Schumpeter (1951). Kessinger Publishing.

Vadres, (2010). Disrupción generacional y traslape de grupos. The University of Chicago Press.

Alvarado, A. R. (2013). Innovación y tecnología en las microempresas del valle de Mexicali. Ixtapa Zihuatanejo, Guerrero: X congreso nacional y III Congreso internacional de COPARMEX 'Concretando el capital intelectual'

Alvarado, M. (2013). Generación de Empresas de Base tecnológica en las instituciones de educación superior de Baja California: Determinación de la factibilidad de la comercialización de una tecnología para el mejoramiento de la salud de ganado bovino de Baja California. Tijuana, Baja California, México.

Brescher, D. M. (2010). Como los Individuos Transitan en el Emprendimiento usando las Redes Sociales. Estados Unidos, Estados Unidos, Estados Unidos.

Cervantes, T. (2012). Estrategias para lograr la competitividad y productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el estado de Baja California, México. Baja California, México.

Canizares, F. J. (2010). Análisis del Perfil del Emprendedor: Una Perspectiva de Género. Cordoba, España.

Casas, F. U. (2013). Un México de emprendedores: Modelo de ecosistema de emprendimiento. México, México.

Castro, R. (2010). Emprendimiento y Pobreza en Chile: Factores Multidimensionales. Chile, Chile.

Cortés, A. R. (2013). Factores detonadores del emprendimiento social, base para el análisis de casos de éxito. Las Vegas, Estados Unidos.

Espinoza, A. G. (2014). El Emprendimiento en las MIPYMES ante el Desempleo y la Corrupcion en México. México, México.