

Percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes universitarios

José Mauricio Vega Quevedo
Licenciado en Administración de Empresa
Docente investigador
Universidad de Sonsonate
jvega@usonsonate.edu.sv

Víctor Manuel Arias
Licenciado en Administración de Empresa
Docente investigador
Universidad de Sonsonate
vimarias@usonsonate.edu.sv

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general conocer la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Sonsonate, así también caracterizar los tipos de emprendimiento, conocer sobre las ideas de negocio que poseen los emprendedores potenciales, indagar sobre la percepción que tienen del entorno social emprendedor y determinar algunas características de estos. Para recopilar la información de campo, se aplicó una encuesta autoadministrada a 380 alumnos, dando como principales resultados que una cuantía relevante de estudiantes posee un emprendimiento, en su gran mayoría en el sector comercial, un porcentaje significativo tiene una percepción favorable del entorno social emprendedor, entre otros.

Palabras clave: Emprendedurismo, entorno emprendedor, tipos de emprendimientos, ideas de negocio.

Perception, intention, and entrepreneurial attitude of university students.

Abstract

The general objective of this research is to know the perception, intention, and entrepreneurial attitude of the students of the University of Sonsonate, characterize the types of entrepreneurship, meet about the business ideas that potential entrepreneurs have, inquire about the perception they have of the entrepreneurial social environment and determine some of their characteristics. To collect field information, a self-administered survey was applied to 380 students, giving as main results that a relevant number of students have an enterprise, mainly in the commercial sector, and a significant percentage has a favorable perception of the entrepreneurial social environment among others.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial environment, types of entrepreneurships, business ideas.

Introducción

Durante las últimas décadas, se han llevado a cabo una serie de estudios de carácter cuantitativo para medir los niveles de emprendimiento en distintos escenarios. Los resultados evidencian las potencialidades y las desventajas de estos, sirviendo como incentivo a la generación de políticas y medidas que promuevan la intención del individuo en la creación y desarrollo de nuevos negocios, siendo la educación emprendedora el mecanismo más eficiente para lograr tal objetivo (Liñán, 2004).

La actividad emprendedora es reconocida como un componente vital para el desarrollo económico regional (Audrestsch et al., 2012), la innovación (Acs y Amorós, 2008) y la mejora de la competitividad (World Economic Forum, 2014), es un hecho que se ha consolidado como categoría de interés social y está cada vez más presente en la agenda de las políticas públicas.

Antecedentes y situación problemática actual

Actualmente, existen diferentes encuestas con alcance global, y son un referente en la medición de la intención y la efectividad de la actividad emprendedora a nivel mundial, como lo son la encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) o el Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESS). Sin embargo, estos instrumentos no permiten captar y recolectar aspectos específicos que puedan ser de interés particular para las instituciones de educación superior.

En este sentido la Universidad de Sonsonate, carecía de un estudio que le permitiera conocer la percepción, intención y actitud emprendedora de sus estudiantes.

El Emprendedor

Las investigaciones realizadas hasta hoy muestran que no existe consenso sobre el concepto de emprendedor. Según Alcaraz (2011): Steinhoff, Burgess (1993) Siropolis (1990) y Drucker (1989), se refieren al emprendedor como la persona que “hace negocios exitosos, que desarrolla nuevas ideas o formas de enfocar el mercado”.

Lozano & Cayetano (2011, p. 67) menciona que de acuerdo con Gerber (1996), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades.

En los Estados Unidos, el término emprendedor es frecuentemente definido como aquel que comienza su propio nuevo y pequeño negocio.

Para Lezana & Tonelli (1998), emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto.

Sánchez (2015) lo define de la siguiente manera: “Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir o identificar algún tipo de oportunidad de negocio. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial”.

Objetivos de investigación

Objetivo General:

- + Determinar la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Sonsonate.

Objetivos Específicos:

- + Identificar los tipos de emprendimiento que poseen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate.
- + Conocer acerca de las ideas de negocio que tienen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate.
- + Indagar sobre la percepción que tienen los estudiantes en relación con el entorno social emprendedor.
- + Caracterizar a los estudiantes emprendedores de la Universidad de Sonsonate.

Preguntas de investigación

- + ¿Cuál es la percepción, intención y actitud emprendedora de los estudiantes?
- + ¿Qué tipos de emprendimientos poseen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate?
- + ¿Cuáles son las ideas de negocio que tienen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate?
- + ¿Qué percepción tienen los estudiantes del entorno social emprendedor?
- + ¿Qué características tienen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate?

Metodología de investigación

La presente investigación de acuerdo con el nivel de profundidad con la que se presentan y analizan los datos es de tipo descriptiva, pues únicamente se midió las variables. Y de acuerdo con el enfoque es de corte cuantitativo, pues la técnica utilizada para recolectar la información fue la encuesta y los resultados son expresados en forma numérica.

Respecto a las unidades de análisis fueron los alumnos activos del segundo ciclo del año 2019, pertenecientes a las Facultad de Ingeniería y Ciencias Naturales y de la Facultad de Economía y Ciencias Sociales de la Universidad de Sonsonate.

TEMA 2

Para calcular la muestra, se visitaron los grupos de clases de las asignaturas impartidas en el ciclo 02/2019 en las facultades en estudio; y al momento de llegar al salón de clases se preguntaba quiénes tenían un emprendimiento propio o ideas de negocio, y a estos alumnos se le proporcionaba el instrumento para que lo auto llenaran; de esta forma se aplicaron 380 encuestas.

Análisis y discusión de los resultados

Como se puede observar en el gráfico 1 el 38.4 % de los estudiantes encuestados ya posee un emprendimiento en marcha, un buen porcentaje de estos (41.8 %) se dedican a la compra y venta de productos terminados, el 22.6 % de los emprendimientos son de la industria alimentaria y en menor cuantía se encuentran los negocios pertenecientes a los sectores agrícola, servicio e industrial. (Ver Figura 2)

Palabras clave: Zona costera, Competencias educativas, Analfabetismo, Escolaridad.

Figura 1

Interés por emprender

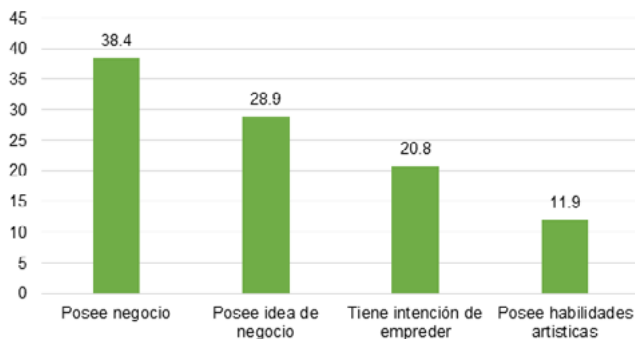
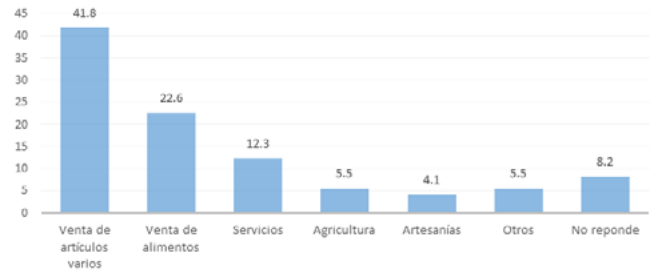


Figura 2

Rubro del emprendimiento



El 28.9 % de los alumnos encuestados hicieron mención que ya tienen la idea de negocio que desean emprender (ver Figura 1), respecto al nivel de concretización de esta, el 57.3 % expresó que la idea la tiene bien concreta para poder ser desarrollada y generar un emprendimiento, dato que se puede observar en la Figura 3.

Las ideas de negocio de los emprendedores potenciales están enmarcadas en diferentes sectores económicos. La mayoría de estas, están vinculadas al sector comercial, como lo están los emprendimientos que ya están en marcha. El sector alimentos y servicios también forma parte de los sectores que se destacan en los emprendedores potenciales. (Ver Figura 4)

Figura 3

Nivel de concretización

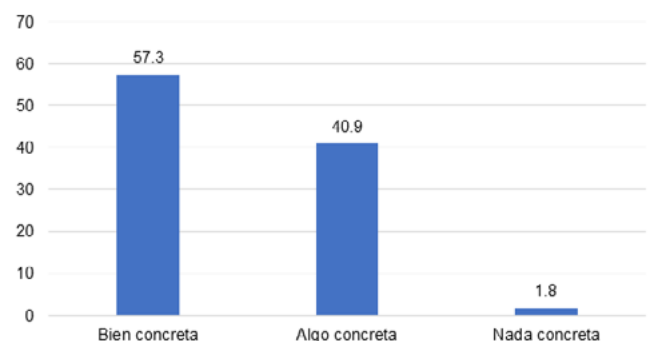
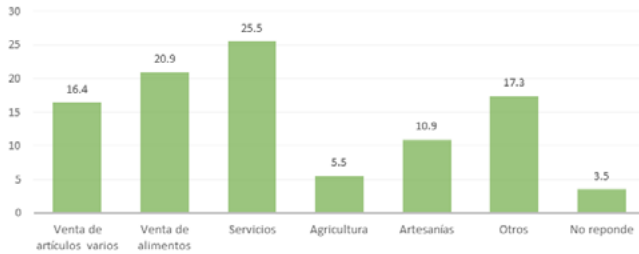


Figura 4

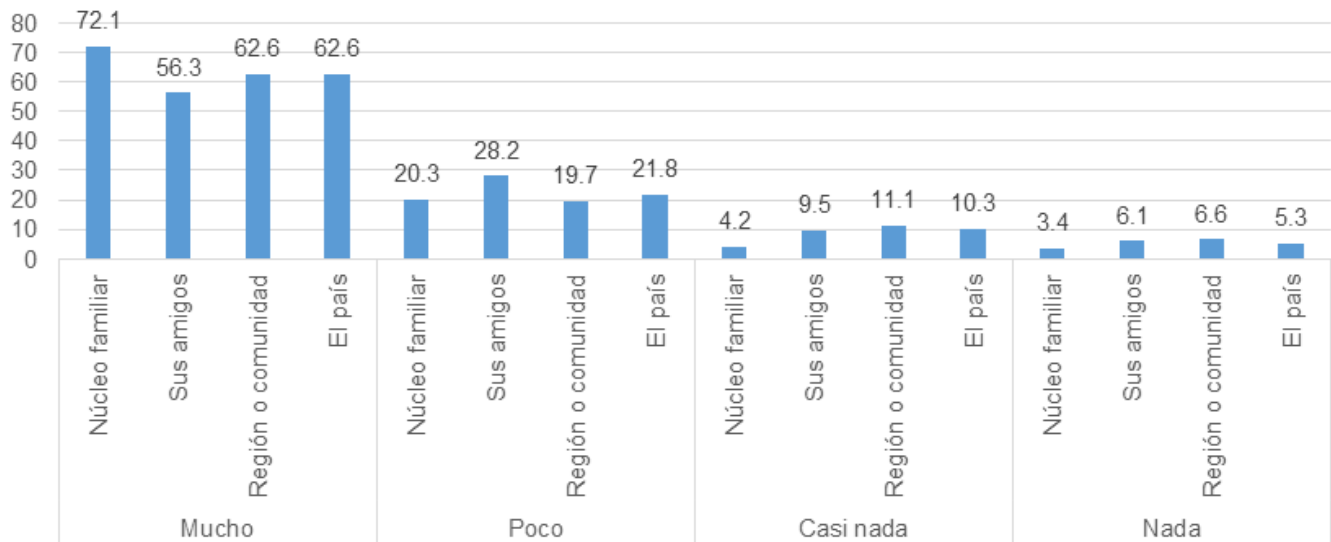
Emprendedores potenciales



El entorno social como variable consta de cuatro frases, propuestas para medir la aceptación de la actividad emprendedora en diferentes entornos, como lo son la familia, los amigos, la región o comunidad y el país. Tomando en cuenta lo anterior los estudiantes perciben que en el entorno familiar se valora mucho la actividad emprendedora (72.1 %), así también los amigos de estos (56.3 %), al igual que en el entorno comunitario y a nivel país, como lo muestra la Figura 5.

Figura 5

Entorno que favorece para emprender



TEMA 2

Para caracterizar a los emprendedores reales y potenciales de la Universidad de Sonsonate, se hicieron preguntas, en donde se abordaron temas relacionados con la creatividad, la autoconfianza, el miedo al fracaso y aspectos sociodemográficos. Respecto a la creatividad se indagó sobre la frecuencia en la que estos tienen ideas originales y las ponen en práctica, dando como resultado que el 48.5 % de los encuestados hacen mención que casi siempre las poseen y las ponen en práctica, y el 17.8 % que siempre, como se puede observar en la Figura 6, también hay un alto porcentaje (66.3 %) que declara que siempre y casi siempre ve posibilidades de innovación en las tareas que realiza, como se puede observar en la Figura 7.

Figura 6
Creatividad

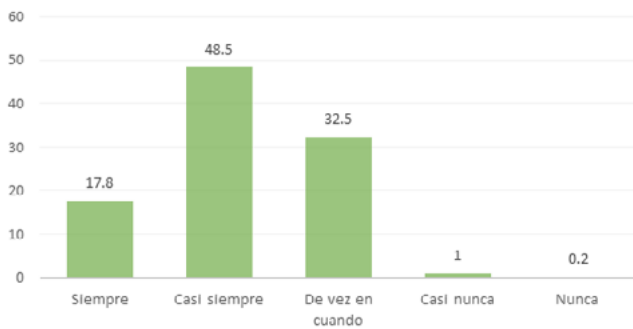
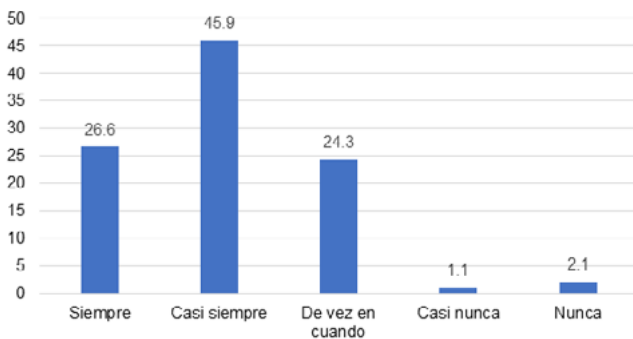


Figura 7
Posibilidades de innovación



Y finalmente se presentan algunos rasgos del perfil sociodemográfico de los estudiantes encuestados, en donde el 51.6 % son hombres y el 48.4 % son mujeres, según lo muestra la Figura 8 y con una edad predominante (57.4 %) entre los 21 a 30 años, como se observa en la Figura 9.

Figura 8
Sexo

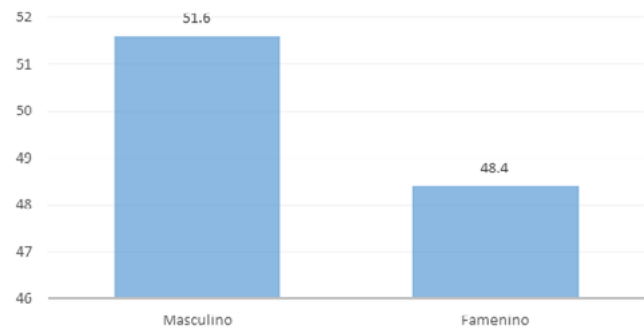
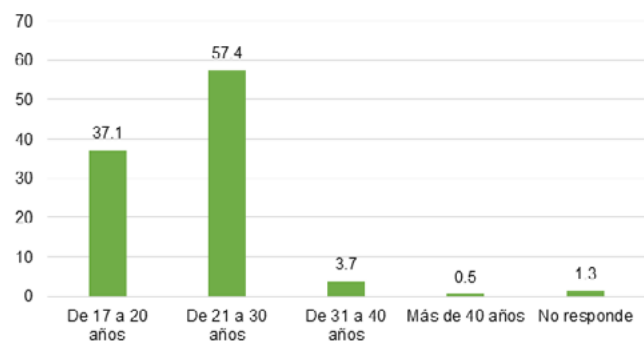
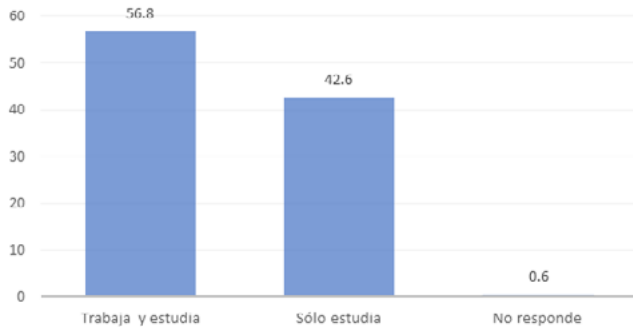


Figura 9
Rango de edades



En lo que concierne a la situación laboral de los encuestados el 56.8 % trabaja y estudia, mientras que el 42.6 % solo estudia, información que se visualiza en la Figura 10.

Figura 10
Situación Laboral



Conclusiones

Los tipos de emprendimiento que tienen los estudiantes en su gran mayoría pertenecen al sector comercial, pero también prevalecen los emprendimientos vinculados a la industria alimentaria, y en menor proporción, los relacionados a las actividades agrícolas.

Muchos de los negocios que poseen los estudiantes son informales y tienen un período menos de un año de permanecer en el mercado, lo anterior los vuelve sensibles a programas de apoyo y acompañamiento empresarial.

Existe un grupo de estudiantes que ya tienen concretizada la idea de negocio que desean emprender, esta situación se convierte en una oportunidad para las instituciones que promueven el emprendimiento juvenil.

La percepción que tienen los estudiantes de la Universidad de Sonsonate del entorno emprendedor a nivel familiar, social, comunitario y de país es favorable. Existe una fuerte tendencia en el colectivo de estudiantes emprendedores

reales y potenciales de tener creatividad, de ser innovadores y de poseer autoconfianza, como parte de su perfil emprendedor. Así como también el no tener miedo al fracaso en un negocio, pues consideran que se puede aprender de este.

Referencias

- Acs, Z.J., & Amorós, J. E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economics*, 31(3), 305-322.
- Audrechtsch, D. B., Falck, O., Feldman, M. P., & Heblich, S. (2012). Local entrepreneurship in context. *Regional Studies*, 46(3), 379-389.
- Borrayo, C., Valdés, A., & Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87., <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Escuela Superior de Economía y Negocios. (s.f.). *Global Entrepreneurship Monitor*. <https://www.esen.edu.sv/gem/>
- Pramodita, A.; & Dawson, B. (2013). *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey*. (2013). University of Vermont. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2013/GUESSS-project-report-UVM.pdf

TEMA 2

- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccolla Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- Lozano, O., & Cayetano, J. (julio de 2011). El emprendedor de la empresa familiar mexicana, una visión crítica. *Gestión y estrategia* (40), 65-72. <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/Lec1.pdf>
- Mazacón, M., Paliz, C., & Espin, Y. (2019). Emprendimiento en las instituciones de educación. *Universidad, ciencia y tecnología*, 2, 11-18. <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/212/305>
- Rivera Alarcón, V. (marzo de 2015). Desarrollo del emprendedurismo en las Instituciones de Educación Superior en El Salvador. *Anuario de Investigación*, 4, 235-247. <http://www.diyys.catolica.edu.sv/wp-content/uploads/2016/06/19EmprendedurismoAnVol4.pdf>
- Zambrano, O., Espitia, S., & Hernández, J. (2017). Cultura del emprendimiento en instituciones de educación superior: estrategia de inclusión social. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 176-191. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2732/2924>
- Sánchez, J. (marzo, 2020). Emprendedor. *ECONOMIPEDIA*.: <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html#:~:text=Un%20emprendedor%20es%20una%20persona,tipo%20de%20oportunidad%20de%20negocios.&text=Respecto%20al%20significado%20de%20emprendedor,iniciativa%20de%20negocios>
- Fundación ONCE. (abril, 2022). La idea de negocio. Plan de empresa. *DISCAPANET*. <https://www discapapnet.es/areas-tematicas/innovacion-y-empleo/fomento-del-empleo/emprendedores/la-idea-de-negocio-plan-de#:~:text=La%20idea%20de%20negocio%20es,que%20tengamos%20%C3%A9xito%20o%20no>
- Alcaldía de Bogotá D.C. (abril, 2023). *Emprender por necesidad u oportunidad, escoja la mejor opción*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/negocios/emprender-por-necesidad-u-oportunidad-escoja-la-mejor-opcion>.