

PREFERENCIAS DE ALUMNOS DE LICENCIATURA PARA ESCOGER UN SOCIO EMPRENDEDOR. ¿BRECHA ENTRE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADAS Y PÚBLICAS? UN ESTUDIO EN EL SURESTE DE MÉXICO

BACHELOR DEGREE STUDENTS PREFERENCES IN ORDER TO CHOOSE AN ENTREPRENEUR PARTNER. IS THERE A GAP BETWEEN PRIVATE AND PUBLIC HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS? A STUDY CONDUCTED IN THE SOUTHEAST OF MEXICO.

DR. FRANCISCO GERARDO BARROSO TANOIRA ¹

RECIBIDO: 17/10/2017 | ACEPTADO: 14/12/2017

RESUMEN

Debido al incremento de las iniciativas para el fomento del emprendimiento, existe la posibilidad de que los alumnos de las instituciones privadas y públicas estén trabajando como si estuvieran en mundos separados. Por lo tanto, en este estudio se pretende verificar si existe una brecha entre las preferencias de los alumnos de licenciatura para escoger un socio emprendedor. Los resultados indican que los alumnos de las privadas prefieren asociarse con personas de su círculo social o familia, mientras que los de las públicas se orientan más hacia el profesionalismo, inclusive por encima de amigos o de su familia. Desde estos resultados, se está abriendo una brecha entre ambos tipos de instituciones, por lo que es necesario que los alumnos se encuentren y trabajen juntos a través de estrategias como la participación en eventos de investigación, proyectos conjuntos y programas de vinculación entre instituciones.

¹ Profesor investigador. División de Negocios. Universidad Anáhuac Mayab. Km. 15.5 Carretera Mérida-Progreso ing. Km. 2 carretera a Chablekal. Mérida, Yucatán, México, C.P. 97310. Correo electrónico: francisco.barroso@anahuac.mx y fbarroso_tanoira@yahoo.com.mx / Tel: (999) 9424800 ext 516

ABSTRACT: *Because of the increase in initiatives for fostering entrepreneurship, there is the possibility that students from private and public institutions are working as if they were in separate worlds. Because of this, the objective of this study is to verify if there is a gap between the preferences of undergraduate students for selecting an entrepreneurship partner. Results indicate that students from private institutions prefer associations with people from their social circle or family, while those from public ones are more oriented to professionalism, even more than to friends or their families. From these results, there is an opening gap between both kinds of institutions, for which it is necessary that students meet and work together through strategies such as participation in research events, joint projects and programs among institutions.*

PALABRAS CLAVE: emprendimiento, instituciones de educación superior, educación superior privada, educación superior pública.

1. INTRODUCCIÓN

promotoras de la cultura emprendedora.

Antecedentes

Los programas de licenciatura (pregrado), especialmente los relacionados con áreas administrativas, se orientan cada vez más hacia la formación de emprendedores a través de la inclusión de cursos y talleres en los planes de estudio (Barroso, 2013), ya que las instituciones de educación superior (IES) tienen el compromiso de formar profesionales capaces de responder a las necesidades y exigencias del entorno, con capacidad para el autoempleo y la gestión de proyectos que contribuyan a la formación y fortalecimiento de las empresas, colaborando así con el desarrollo regional y del país (Lara, Torres & Mendoza, 2015). Así, las IES tienen la gran oportunidad de constituirse como plataformas idóneas para formación empresarial y desarrollo de aptitudes emprendedoras para alumnos y docentes al tener la posibilidad de vincular iniciativas y proyectos con estímulos gubernamentales y otros fondos para la creación de empresas. Desde esta perspectiva, las IES deben asumir su responsabilidad como importantes

Un poco de historia

Hasta antes de 1984, en la ciudad de Mérida (en la Península de Yucatán, en el sureste de México), solamente existían dos alternativas para estudiar una licenciatura: la Universidad Autónoma de Yucatán y el Instituto Tecnológico de Mérida, ambas públicas y ampliamente reconocidas como formadoras de profesionistas en la región. Al ser las únicas alternativas, en sus salones de clase convivían alumnos de diferentes estratos socioeconómicos, escuelas de procedencia, credos religiosos y otros aspectos diferenciadores. Los puntos en común para tanta gente diversa eran, principalmente: (1) el interés por una carrera profesional; (2) haber aprobado el examen de admisión, y (3) estar dispuestos a cumplir con las actividades que el plan de estudios les marcaba. De esa manera, las IES eran un crisol donde se formaba y relacionaba entre sí gente diversa.

Con el tiempo se establecieron IES privadas, por lo que quienes podían pagar tenían la posibilidad de escoger entre éstas y las públicas. Es verdad que al inicio

hubo quienes seguían optando por las públicas por su calidad, fama y tradición, pero ahora hay instituciones privadas que ofrecen alta calidad educativa, programas flexibles presenciales y en línea, formación emprendedora y atractivos planes de internacionalización, así como posibilidades de becas y financiamiento. Entonces, el nivel socioeconómico se ha comportado como una variable moderadora, aunque se siguen cumpliendo los tres puntos en común citados anteriormente, solo que cada segmento en su correspondiente tipo de institución.

Planteamiento del problema y preguntas de investigación

En aquel tiempo, cuando algún alumno con recursos económicos y apoyo suficiente quería formar una empresa, generalmente se asociaba o contrataba a sus compañeros del salón de clases, lo que representaba una alta posibilidad para que algún alumno con talento, pero sin recursos económicos, pudiera acceder a mejores oportunidades de desarrollo profesional y de vida, funcionando así la escuela como un igualador en cuanto a oportunidades de desarrollo de carrera. Con el tiempo, aquellos alumnos contratados por sus compañeros seguían trabajando en esas compañías o formaban las suyas. Claro...también hay que reconocer que eran otras las condiciones económicas y de competencia en el mercado laboral, cuando un profesionista tenía más oportunidades que ahora en virtud de que eran menos. Simple oferta y demanda durante la década de 1980. Sin embargo, en la actualidad, ¿se consideran los estudiantes a sí mismos como emprendedores? ¿Con quiénes se asocian o a quién contratan cuando van a formar una empresa? ¿Recurren a sus compañeros de salón o se está abriendo una brecha entre quienes estudian en IES privadas y públicas en cuanto a emprender nuevos negocios? ¿La diferencia es por tipo de institución?

Objetivo

El objetivo general de este trabajo es verificar si existe una brecha entre las preferencias de alumnos de licenciatura de IES privadas y públicas para escoger un socio emprendedor.

Los objetivos específicos son:

- 1) Verificar si los alumnos se perciben a sí mismos como emprendedores.
- 2) Identificar las características que buscan los jóvenes en un socio emprendedor.
- 3) Identificar las preferencias de los alumnos para escoger un socio emprendedor.
- 4) Verificar si existe diferencia significativa entre las respuestas de los alumnos por tipo de institución.

Justificación

La educación debe ser una vía para el desarrollo de los integrantes de toda sociedad, por lo que las IES deben ser lugares donde el talento y la oportunidad se encuentren para detonar el desarrollo regional, local y nacional, a través de la generación de conocimiento que se traduzca en proyectos y realidades concretas para la transformación de la sociedad. Sin importar si son privadas o públicas, no hay lugar para individualismos sino para el trabajo en equipo entre instituciones y egresados de ambos sistemas educativos.

Limitaciones

Esta investigación se realizó en IES de la ciudad de Mérida, por lo que los resultados son válidos únicamente para el lugar de estudio. Sin embargo, la metodología podría ser replicable en otros contextos. La información se recabó durante el segundo semestre de 2016 y es un estudio preliminar que servirá como base para estudios futuros. Los estudios de licenciatura o carrera en México equivalen a los de pregrado en otros países latinoamericanos, o de grado en Argentina. Cabe mencionar que en este trabajo, la palabra "alumno" se refiere a "alumno y alumna"

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Perfil del emprendedor

Para Alcaraz (2011), un emprendedor es una persona con alto grado de confianza en sí misma y capaz de descubrir oportunidades de negocio a partir de la creación, innovación o empleo de recursos para lograr sus metas, en un marco de aceptación de riesgo, perseverancia y toma de decisiones. Según el Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE), las características de los emprendedores son la orientación al trabajo, ser ambicioso, perseverante, honesto, sincero, leal y entusiasta. También se busca que tenga sentido común, buen carácter, empatía y voluntad. Debe manejar los riesgos, buscar oportunidades y fomentar la armonía y empatía entre todos los integrantes de los grupos en los que se desenvuelve (Secretaría de Economía, s.f.)

Para Lara et al. (2015), el perfil emprendedor en México en 2011 estaba conformado por adultos jóvenes de entre 25 y 44 años, con educación media superior, de ingreso medio y, en muchos casos, con otro empleo principal. Solo el 24.2% manifestaba deseos de emprender. Todo esto ubicó la tasa emprendedora del país en 9.6%, siendo la más entre los países en desarrollo. Por ello, para incrementar la participación de más emprendedores (especialmente los jóvenes), el Gobierno Federal decidió crear estrategias para el impulso de nuevos negocios, lo que dio lugar a la aparición del Instituto Nacional del emprendedor (INADEM), cuyo objetivo es instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional, así como para fomentar la cultura y la productividad empresarial.

Entre IES privadas y públicas

Según Olivier (2012), los cambios en las IES han sido muy similares en toda

América Latina. Pueden distinguirse tres momentos clave al respecto:

(1) Principios del siglo XX, en que las IES eran universidades centradas en la autonomía y co-gobierno universitario. El propósito era fortalecer la configuración de las sociedades modernas a partir de élites integradas por líderes que ilustrarían a las nuevas sociedades;

(2) De 1970 a 1990, en que surge el propósito de ampliar la oferta educativa. En este período aparecen otras IES que no eran del tipo universitario, como las universidades politécnicas, tecnológicas y otros, pero siempre fortaleciendo el sector público, y

(3) Después de 1990, en que se masifica e internacionaliza la educación superior, en gran medida debido al surgimiento de las IES privadas.

En el caso de México, se distinguen dos etapas: la primera es de 1935 a 1959, época en que se crearon las primeras siete universidades, siendo la primera la Universidad Autónoma de Guadalajara, fundada en 1935 (ANUIES, 2000). La segunda etapa es de 1969 a 1980, en que comienza la expansión de las privadas (Acosta, 2005).

En América Latina, entre 1980 y 2003, la matrícula de las privadas aumentó un 528% en comparación con la de las públicas, que solo se incrementó un 40%. El sector privado creció gracias a que la oferta pública quedó lejos de satisfacer las necesidades de cobertura, pues éstas restringieron el acceso de nuevos estudiantes, permitieron la fuga de alumnos al participar en procesos de calidad y se cerraron aún más debido a exámenes de selección complicados, además de que se habían abierto selectivamente en diferentes nichos (Rama, 2010). En 2012, la cobertura de la educación privada era del 38% en América Latina, y aunque primero se dio un incremento de ésta a través de la participación de élites religiosas y luego de élites laicas, después vino una diferenciación por calidad-precio. Actualmente se ha incrementado el número de instituciones y organismos

gubernamentales que compran y venden IES.

Cabe mencionar que la diferencia entre las IES públicas y privadas no es pedagógica, sino institucional (Olivier, 2012). Rama (2010) indica que se ha dado un incremento en la calidad de las privadas, además de su facilidad de adaptación al entorno en comparación con las públicas, aunque siempre existe el riesgo de privadas con baja calidad o concentración vía mercado. Sin embargo, la baja calidad no es solo riesgo de las privadas. Éstas tienen mayor flexibilidad de gestión y son más ágiles al implementar cursos nocturnos, intensivos, sabatinos, veranos, intensivos y otras modalidades, además de que se han localizado físicamente en lugares con demandas específicas y han podido llegar a donde las públicas no lo han hecho debido a la dificultad en los mecanismos de gestión, el tamaño o la orientación política de éstas.

3. METODOLOGÍA

Alcance y diseño

El estudio fue de alcance exploratorio y evolucionó a descriptivo, con enfoque cuantitativo. El diseño fue no experimental debido a que no se manipuló deliberadamente la información, además de transversal porque los sujetos participaron una sola vez, sin seguimiento (Hernández, Fernández & Baptista, 2014). El método fue el trabajo de campo y se utilizó como técnica la encuesta.

Participantes en el estudio

Participaron cuatrocientos estudiantes de licenciatura de IES en la ciudad de Mérida, Yucatán, en el sureste de México, con la condición de que estuvieran al menos a la mitad de sus estudios. Por ser un estudio preliminar, no se estratificó la muestra según la licenciatura o ciclo escolar, aunque se pidió ese dato a los alumnos para verificar que estuvieran en el rango de estudios deseado. Tampoco se hizo diferencia entre el nivel socioeconómico.

Se invitó a los estudiantes de áreas administrativas y de ingeniería. Cabe mencionar que 192 alumnos estaban matriculados en cuatro instituciones privadas, por lo que 208 estaban en las dos escuelas públicas participantes. El 54% son mujeres.






Instrumento y procedimiento

Se les envió un cuestionario en línea, diseñado por el autor de este trabajo y validado por el juicio de tres expertos (Hernández et al., 2014), en el que se preguntó al alumno si se considera una persona emprendedora, con quién se asociaría en primera instancia y cuáles son las características que más apreciaría de un socio emprendedor (ver Apéndice A). Para la confiabilidad se administró a veinte alumnos al azar para verificar si se entendían los conceptos, así como para verificar la consistencia en los resultados. La primera pregunta se formuló tomando en cuenta la definición de emprendedor de Alcaraz (2011). La segunda provino de un sondeo preliminar en línea a cincuenta estudiantes seleccionados al azar, la mitad proveniente de IES privadas, un mes antes del estudio. La tercera pretende encontrar las características del socio emprendedor para verificar si concuerdan con las de PROMODE (Secretaría de Economía, s.f.). El cuestionario se administró en línea con la ayuda de 35 alumnos de la asignatura "Innovación y creatividad" durante el semestre agosto-diciembre de 2016, quienes apoyaron en la organización de la distribución del instrumento a las instituciones que aceptaron participar. En ellas se contó también con la ayuda de los profesores para verificar que fuera contestado por sus respectivos alumnos. Para procesar la información se recurrió a las utilerías de Excel y del programa estadístico SPSS, también con ayuda de los becarios.

Para la interpretación de la pregunta 1 se utilizó una fórmula de promedio ponderado, otorgando 5 a "Totalmente de acuerdo", 4 a "De acuerdo", 3 a "Más o menos de acuerdo", 2 a "En desacuerdo" y

1 a “Totalmente en desacuerdo”. La escala de interpretación de dicho resultado fue la siguiente:

Figura 1 — Escala de interpretación de resultados.

ESCALA	RESULTADO SEGÚN ESCALA	CVE
1 a 1,49	Totalmente en desacuerdo	
1,5 a 2,49	En desacuerdo	
2,5 a 3,49	Más o menos de acuerdo	
3,5 a 4,49	De acuerdo	
4,5 a 5	Totalmente de acuerdo	

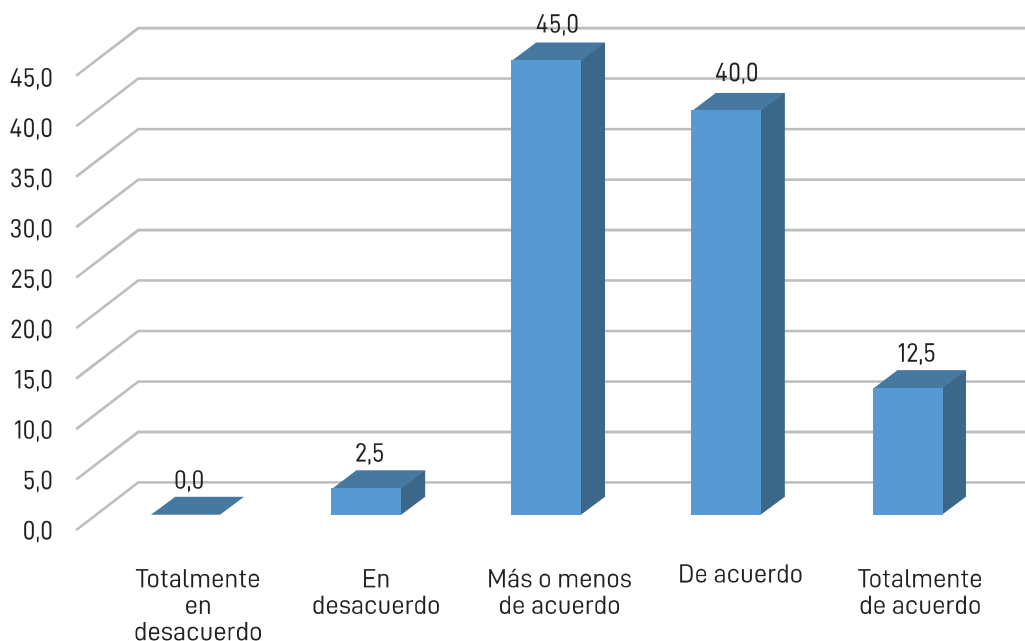
Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS del cuestionario:

A continuación se presentan los resultados respondiendo las preguntas

1) ¿Te consideras una persona emprendedora?

Figura 2 — ¿Te consideras una persona emprendedora?



Como puede verse, la mayor parte (45%) está más o menos de acuerdo en que es emprendedora, aunque el 52.5% está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que es emprendedora. Llama la atención el que el 2.5% indicara que no es emprendedor, por lo que habría que investigar sobre el porqué de dicha respuesta. Ninguno está totalmente en desacuerdo con que sea

emprendedor.

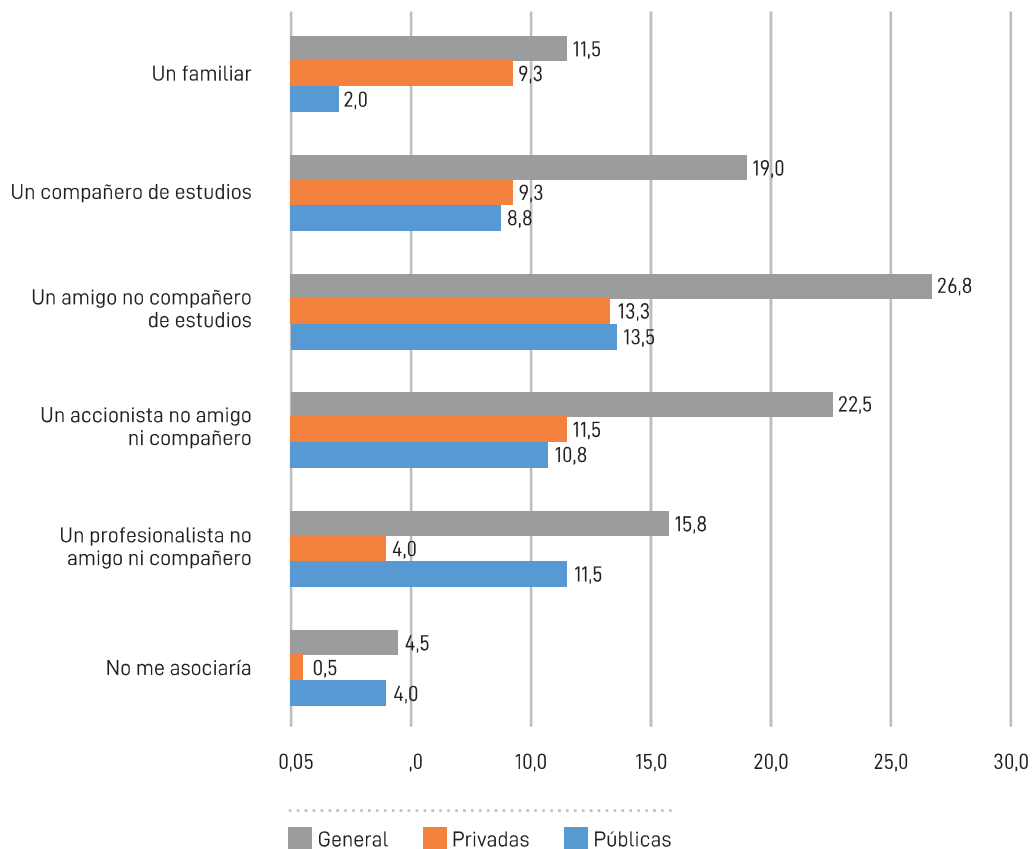
Para interpretar los resultados mediante un resultado entre 1 y 5 que representara la distribución de datos ordenados, se recurrió a la siguiente fórmula de promedio ponderado, que combina dicha escala con la frecuencia con que cada respuesta fue seleccionada:

$$\text{Promedio} = \frac{5(50) + 4(160) + 3(180) + 2(10) + 1(0)}{400} = 3.63$$

Esto indica, según la escala de la figura 1, que en general los estudiantes están de acuerdo en que son emprendedores.

2) ¿Con quién te asociarías en primera instancia para iniciar un negocio?

Figura 3 — Preferencias de asociación de los alumnos para emprender un negocio.



Respuestas en porcentajes. Datos de la investigación.

Se dividieron los datos entre respuestas de alumnos de instituciones públicas, privadas y en general (combinando datos de ambos tipos de instituciones). Se observa que, de manera general, los alumnos se asociarían con un amigo no compañero de estudio (26.8%), seguida de un accionista no amigo ni compañero (22.5%) y un compañero de estudio (19%). La menos frecuente es la posibilidad de no asociarse (4.5%). Sin embargo, en las privadas sigue un accionista no amigo ni compañero, mientras que para las públicas es un profesionalista no amigo ni compañero. La más baja para los alumnos de las privadas es no asociarse, mientras que para la pública es asociarse con un familiar. En ambos tipos de institución, los compañeros de estudio fueron la tercera alternativa en ambos tipos de institución. Al realizar una prueba de diferencia de medias independientes se obtuvo que no existe diferencia significativa entre las respuestas de los estudiantes por tipo de institución ($t=0.167$, $p=0.871$).

3) ¿Cuáles son las características que más apreciarías de un socio emprendedor?

Las características que más se buscan en un socio emprendedor son la responsabilidad, honestidad y que sea trabajador, las cuales están incluidas en las características del emprendedor de PROMODE (Secretaría de Economía, s.f.).

4) Comentarios generales

Los alumnos de las instituciones públicas mencionaron que les gustaría que hubiera más actividades de emprendimiento en sus escuelas. Por su parte, los de las privadas manifestaron que quisieran que en todas sus clases hubiera alguna actividad que les llevara a emprender, además de que tuvieran la oportunidad de desarrollar un negocio mientras estudian su carrera.

4. DISCUSIÓN

Según los resultados, los alumnos de las IES privadas prefieren asociarse con sus

amigos más que con sus compañeros de clase. Sin embargo, si uno es amigo y está en el salón de clases, tiene más posibilidad de ser convocado a un proyecto emprendedor que uno que sólo sea amigo. La probabilidad de asociarse con un profesionalista que no haya sido amigo ni compañero es baja para los alumnos de las instituciones privadas, pero es más alta para los de las públicas. Tal parece que los de las privadas buscan más la afinidad, lo cual se relaciona con su círculo social o familia, mientras que los alumnos de las públicas buscan el profesionalismo por encima inclusive de asociarse con un amigo o familiar. Entonces, no necesariamente con sus compañeros de estudios se asociarían en primera instancia.

Al no haber diferencia significativa entre las respuestas por tipo de institución, lo que refuerza que la diferencia entre ambas no es pedagógica, sino institucional (Olivier, 2012), la diferencia para escoger un socio emprendedor depende de los alumnos y de la influencia de su círculo social sobre éstos. Y debido al incremento en el número de escuelas privadas con respecto a las públicas, se corre el riesgo de que los estudiantes más emprendedores de las privadas no contraten a alumnos de las públicas porque no los conocen, ya que no pertenecen a su círculo social o familiar.

5. CONCLUSIONES

Los alumnos se consideran emprendedores y buscan responsabilidad, honradez y laboriosidad en un socio emprendedor. Sin embargo, es necesario que los emprendedores de los esquemas privado y público se conozcan y unan sus competencias para crear sinergia, uniendo el talento con la oportunidad.

Por lo expuesto en este estudio, se concluye que se está abriendo una brecha entre los alumnos de las escuelas privadas y públicas no por lo pedagógico, sino por la influencia del respectivo círculo social

y del crecimiento del número de IES privadas. Los alumnos de éstas prefieren hacer negocios con gente que conocen y que preferentemente sean de su círculo social o familiares, no con aquellos a quienes no conocen porque no existen la confianza ni la química laboral necesaria para emprender, a diferencia de los alumnos de las públicas, quienes prefieren a un profesional por encima de algún amigo o familiar. Es más una cuestión de afinidad y círculo social que de tipo de institución.

6. RECOMENDACIONES

Debe fomentarse la convivencia entre emprendedores provenientes de IES privadas y públicas a través de la participación conjunta en eventos de investigación, congresos, proyectos y programas de vinculación con instituciones académicas, empresariales y gubernamentales, las cuales deben ser aliadas de las IES en la formación de los emprendedores que México y América Latina necesitan. Y si esto pudiera hacerse desde los primeros semestres de la carrera, pues mucho mejor. Los programas de incubación y aceleración de negocios en las oficinas de transferencia son una buena oportunidad para esto.

7. BIBLIOGRAFÍA

ACOSTA, A. "Educación superior privada en México". Digital observatory for higher education in Latin America and the Caribbean. IESCALC-UNESCO. Recuperado de www.iescalc.unesco.org, 2005.

ALCARAZ, R. El emprendedor de éxito (4ª. Ed). México: McGraw Hill, 2011.

ANUIES [Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior]. Anuario estadístico 2000. México: ANUIES, 2003.

BARROSO, F. G. "Relación entre pensamiento creativo y competencias emprendedoras de alumnos de licenciatura. Un estudio en el sureste de México". Panorama Administrativo, Vol 7, Núm 12, pp. 47-64, 2013.

HERNÁNDEZ, R.; FERNÁNDEZ, C. & BAPTISTA, P. Metodología de la investigación (6ª ed.), México: McGraw Hill, 2014.

LARA, Y.; TORRES, M. G. & MENDOZA, L. D. Percepción del perfil emprendedor de los estudiantes de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales. Ponencia presentada en el XX Congreso Internacional de Contaduría y Administración e Informática. FCA UNAM. Ciudad Universitaria, CDMX, 2015.

OLIVIER, G. "Reto de la educación superior privada en América Latina: entre la expansión y la resistencia". IdeAs. Recuperado de <http://ideas.revues.org/382>, 2012.

RAMA, C. "El nuevo escenario de la educación superior privada en América Latina". Revista HISTEDBR On line, Campinas, Núm. 40, pp. 3-23, 2010.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA. Características de los emprendedores según PROMODE. Recuperado de <http://www.contactopyme.gob.mx/promode>, s.f.

Apéndice A

CUESTIONARIO

Institución de procedencia: / Sexo: M..... F.....
/ Fecha: / Año de estudio:

Estimado alumno:

Por favor, responde el presente cuestionario realizando las actividades que se piden en las diferentes preguntas. Tus respuestas serán de mucha utilidad para proponer estrategias que beneficien a los emprendedores. Los resultados se procesarán y manejarán anónimamente. Envía los resultados al correo
¡Muchas gracias por participar!

1) ¿Te consideras una persona emprendedora? Marca con una “x” en el espacio de la izquierda

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Más o menos de acuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2) ¿Con quién te asociarías en primera instancia para iniciar un negocio? Escoge entre las siguientes alternativas subrayando la (s) que consideres pertinente (s):

- a) Un familiar
- b) Un compañero de estudio
- c) Un amigo no compañero de estudio
- d) Un accionista no amigo ni compañero
- e) Un profesionalista no amigo ni compañero
- f) No me asociaría
- g) Otra opción:

3) ¿Cuáles son las características que más apreciarías de un socio emprendedor?

.....
.....
.....
.....

4) Comentarios generales

.....
.....
.....
.....

¡Muchas gracias por participar!