

Scientific
Journal of
**Applied
Social and
Clinical
Science**

**LA EXPERIENCIA
LABORAL
COMO FACTOR
DETERMINANTE
DEL POTENCIAL
EMPREENDEDOR**

Ciro Moisés Romo Puebla

José Ramón Alcaraz López

José María Márquez Gonzlalez

Marisela Aldecoa León

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo presenta un análisis de la situación de los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Sonora sobre sus actitudes hacia el emprendimiento social y la importancia de contar con experiencia profesional para lograr desarrollarlo.

Las Universidades Públicas se preocupan cada vez más porque los estudiantes universitarios creen sus propias empresas como salida profesional, lo cual en la realidad no se está dando. Por lo que las Universidades han ido incorporando en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con el emprendimiento y, a últimas fechas, con el Emprendimiento Social.

El objetivo del presente trabajo es analizar la actitud de emprendimiento social tomando como indicadores la experiencia laboral de los estudiantes del Programa de la Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Sonora. La experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar la decisión de emprender, ya que cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor.

Los individuos que desea emprender, se sustentan en las experiencias que anticipan un futuro inspirador, generando a su vez un proyecto de vida orientado a transformarse en algo real; por lo tanto, son las situaciones personales o factores socio-personales los que ocupan un especial interés en su discurso y pueden ser también determinantes en la intención de emprender un negocio.

El trabajo tiene carácter descriptivo, se analizarán los antecedentes teóricos y empíricos acerca de la formación y la actitud emprendedora social de los estudiantes. Posteriormente se presenta el diseño de la investigación, la muestra empleada, la forma de levantamiento de información y la medición de las variables y dimensiones del

estudio.

La hipótesis a evaluar considera que no existe una diferencia significativa entre los estudiantes que cuentan con experiencia laboral y los que no la tienen en cuanto al desarrollo de su perfil emprendedor.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos, para posteriormente analizar los mismos presentando las conclusiones y limitaciones del trabajo.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El emprendedor es el innovador que ayuda al crecimiento económico transformando una innovación (producto, proceso, procedimiento, etc.) en un producto práctico, así mismo lo define como una persona que reúne recursos, organiza talentos y proporciona liderazgo para obtener un éxito comercial. Para (Carland, Carland, & Aby, 1989), la diferencia entre emprendedor y propietario de una pequeña empresa es que el primero crea una empresa con el fin de hacerla crecer y que de beneficios, utilizando conceptos y técnicas de dirección estratégica mientras que los propietarios de pequeñas empresas crean empresas para un beneficio personal.

Entre los conceptos modernos podemos señalar a (Lerma, 2007) que señala al emprendedor como “el hombre o mujer que se encuentren en el proceso de la creación de una micro, pequeña o mediana empresa, a partir de una idea o proyecto de negocio y que sea resultado de un programa emprendedor” (Lerma, 2007)

El emprendedor social en la visión de Dees (Dees, 1998), juega el rol de ser un agente de cambio en el sector social, en la medida que ataca las causas del problema, en vez de tratar simplemente los síntomas. De acuerdo a la visión shumpeteriana, el verdadero emprendedor social sería de acuerdo a Dees, quien reforma y revoluciona

significativamente las industrias en que se desempeña (Dees, 1998).

Adoptar una misión de crear y mantener el valor social; reconocer y perseguir implacablemente nuevas oportunidades para servir su misión; comprometerse en un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje; actuar libremente sin limitarse por los recursos con los que actualmente cuenta; y tener un alto sentido de la responsabilidad con respecto a los compromisos tomados y con los resultados creados, son las características que hacen al emprendedor social de Dees un agente de cambio. Si bien es una definición idealizada, los líderes del sector social ejemplificarán estas características de distintas formas y en distintos grados.

Es un estado del ser humano que está guiado por nuestras aspiraciones bajo las características propias de nuestros patrones de comportamiento, es una búsqueda por la excelencia en el logro de la satisfacción de los anhelos humanos. Entonces, tener espíritu emprendedor “es arroyar con ímpetu, valor, energía y agudeza el reino de la imaginación, ingenio, vivacidad, fantasía e ir en pos de las ideas, siendo competente y siendo capaz de hacer que las cosas sucedan” (Toledano, 2006).

Todas las personas tienen el talento y habilidades de emprender, quizá no todos lo saben, pero si la mayoría decidiera actuar podría realizar en la vida y encontrar las mejores oportunidades convenientes para nuestro desarrollo, esto es tener una actitud ante el mundo del emprendedor.

Por eso, Harvard Business afirma que “el espíritu emprendedor se celebra más, se estudia más y es más deseable que nunca” (Veciana, Aponte, & Urbano, 2005); aunque con frecuencia este entusiasmo va acompañado por una fe ciega en un modelo donde además del espíritu emprendedor se necesita conocimientos directivos, saberes

técnicos y administrativos.

El crecimiento económico que crea oportunidades de negocio, además puede crear más posibilidades emprendedoras subrayando también que si la economía de una nación se expande y hay más demanda de mercancías y servicios, se reflejará la probabilidad de que alguien tenga la oportunidad de iniciar un negocio (Dyer, 1994).

Por otro lado, las actuaciones de las administraciones públicas son determinantes para potenciar el aprendizaje y el desarrollo local ya que el contexto puede influir en las facilidades para la creación de tejido empresarial. Por tanto, a través de esta variable se trata de controlar si existen distintas oportunidades económicas y de desarrollo personal en el entorno rural, de pequeña y de gran ciudad que permitan a las personas desarrollar diferentes actitudes emprendedoras.

La tradición familiar es un factor muy importante en el que se suscita un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas ideas y negocios (Benavides & Sanchez, 2004). La observación permite comprobar que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son auto empleados o empresarios. Este hecho se repite en todas las investigaciones. El porcentaje oscila entre el 40 y el 60% según (Veciana V. J., 1989) y (Leiva, 2004).

En diversos trabajos se ha comprobado que si los padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial, reflejando la menor preferencia por ser empleado en una gran empresa (Scott & Twomey, 1988); (Crant, 1996) o (Rubio, Córdón, & Agote Martín, 1999).

En el trabajo realizado por (Peterman & Kennedy, 2003) sobre las influencias en

las percepciones de los estudiantes hacia la creación de empresas, encontraron que el 80% de los estudiantes encuestados ya poseían la experiencia previa, lo cual originó que existiera un deseo percibido de dichos estudiantes hacia el emprendimiento.

Similares cifras maneja (Leiva, 2004) en su estudio para detectar la motivación emprendedora entre los estudiantes universitarios, quien encontró que aquellos que tienen experiencias laborales previas tienen mayor preferencia a crear su propia empresa. En la misma línea, (Scott & Twomey, 1988) manifiestan que la experiencia laboral es un factor crucial que ayuda a moldear las aspiraciones profesionales. Encontraron en su estudio que un tercio de los estudiantes con experiencia laboral dijeron tener ideas empresariales propias frente a una décima parte de aquellos que nunca habían trabajado.

Esto es explicado por la teoría de la empresa como incubadora, pues la habilidad propia que define la figura del emprendedor se forma por medio de una experiencia de trabajo y personal. La experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, ya que cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor.

DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

La investigación hace uso de un diseño de investigación de sección transversal, tomando una muestra de elementos de la población en un punto en el tiempo. El estudio es del tipo cuantitativo, se estructura bajo el tipo no experimental, dado que se observa el fenómeno de forma natural, sin manipular las variables, tal como se da en este contexto, en situaciones ya existentes y con resultados que posteriormente se puedan realizar (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006).

Se elabora el procedimiento de muestreo para la recolección de la información con

el instrumento (cuestionario) diseñado y utilizado para la recolección de la información. El análisis de la presente investigación será realizado con el apoyo del software como instrumento de análisis cualitativo de datos en SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*), se presenta tomando como base la encuesta estructurada y utilizada para el levantamiento de la información, de acuerdo a la importancia y relevancia de su resultado que se presentan de acuerdo a las tablas de frecuencia y validación con su análisis de confiabilidad.

El muestreo es de tipo probabilístico aleatorio simple, con un 95% de nivel de confianza y un 5% de error, con una probabilidad de ocurrencia del 50% y probabilidad de no ocurrencia del 50% restante, quedando integrada la muestra 214 alumnos de un universo de 481 inscritos en el ciclo escolar 2019-2. Los cálculos se presentan a continuación:

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2(N-1) + \sigma^2 p q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N = Universo a muestrear (481 estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia)

σ^2 = Confiabilidad, equivalente al 95%, representada por 1.96

p = Probabilidad de ocurrencia 50%

q = Probabilidad de no ocurrencia 50%

e^2 = Error de estimación (en este caso el 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (481)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(481-1) + \sigma(1.96)^2 (0.50)(0.50)} = 213.82 \approx 214 \text{ Encuestas}$$

Las 214 encuestas se aplicaron aleatoriamente

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se muestran los resultados a la encuesta realizada los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia de la

Universidad de Sonora.

Al cuestionamiento a los estudiantes de mercadotecnia sobre cuentos de ellos trabajaban actualmente, el 72% contestó que actualmente trabajan (aunque no se especifica si es en el área de sus estudios) y un 28% contestó que no lleva a cabo ninguna actividad laboral (ver Gráfica 1). Se debe aclarar que se tomó en cuenta estudiantes de los primeros y últimos semestres sin distinción-

Las respuestas a los ítems del perfil emprendedor social a la encuesta realizada a los estudiantes de Mercadotecnia se muestran a continuación en la Tabla 1. Se trata de una batería de preguntas en formato de escala de Likert que van desde *Totalmente en desacuerdo* (opción donde no se obtuvo ninguna respuesta) hasta *Totalmente de acuerdo*. Los resultados muestran la proporción de las respuestas a las opciones del instrumento

Para identificar las diferencia del perfil emprendedor social de los estudiantes de la Licenciatura e Mercadotecnia en relación a quienes tienen experiencia laboral y quienes no cuentan con ella, se realizó una Prueba de diferencias entre dos proporciones con muestras independientes, donde:

- $H_0: P_T = P_{NT}$, la proporción de estudiantes que trabajan (P_T) es igual en cuanto a su Perfil Emprendedor que la proporción de estudiantes que no trabajan (P_{NT}).

En esta evaluación, se tomaron en cuenta las proporciones de los resultados de las respuestas a cada uno de los ítems que forman del Perfil Emprendedor dentro del instrumento de medición, considerando la suma de las proporciones de las respuestas a la Escala de Likert *de acuerdo y totalmente de acuerdo*.

Se fijó el nivel de error de muestreo α en 0.05. Para $\alpha = 0.05$, el valor crítico de Z es 1.64 para $gl = \infty$.

El error estándar estimado para las

diferencias entre las dos proporciones se calculó como sigue:

$$S_p = \sqrt{P(1-P)\left(\frac{1}{n_T} + \frac{1}{n_{NT}}\right)}$$

Donde:

$$P = \frac{n_T P_T + n_{NT} P_{NT}}{n_T + n_{NT}}$$

P_T = Proporción de alumnos que trabajan.

P_{NT} = Proporción de alumnos que no trabajan.

n_T = Tamaño de la muestra de alumnos que trabajan.

n_{NT} = Tamaño de la muestra de alumnos que no trabajan.

Se calcula el valor estadístico de prueba:

$$Z = \frac{\text{Diferencia entre las proporciones observadas}}{\text{Error estándar estimado para la diferencia entre las dos proporciones}}$$

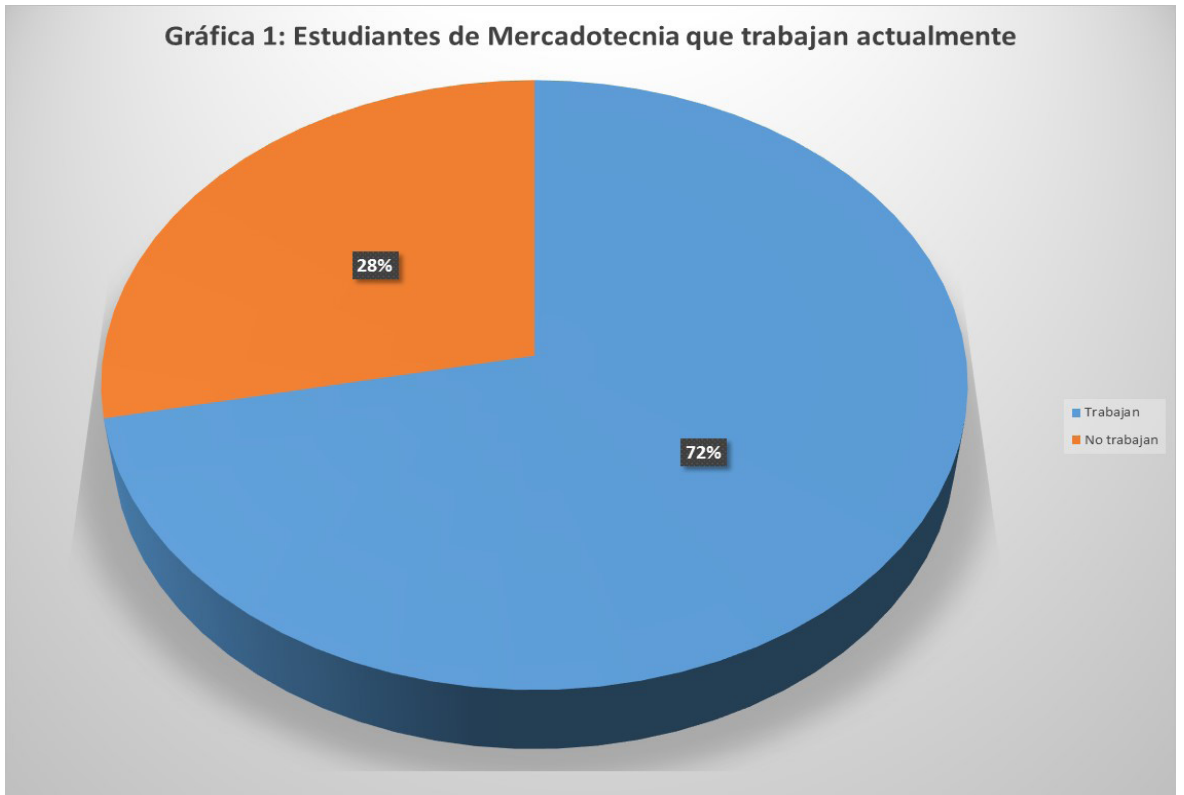
Para la mayoría de los ítems se acepta la hipótesis nula porque el valor calculado para Z es menor que el valor crítico de Z (1.64 para $\alpha = 0.05$). A excepción del ítem sombreado donde se rechaza la hipótesis nula porque el valor calculado para Z es mayor que el valor crítico de Z (1.64 para $\alpha = 0.05$).

CONCLUSIONES

Se concluye con una confianza del 95 por ciento ($1 - \alpha = 0.95$) que la proporción de estudiantes del Programa de la Licenciatura en Mercadotecnia de la Universidad de Sonora que actualmente están realizando una actividad laboral y que presentan un perfil de emprendedor social es igual al de los estudiantes que no realizan actividades laborales en estos momentos.

Conviene observar que si el nivel de error de muestreo se hubiese fijado en 0.05, el valor crítico de Z sería igual a 1.64. En este caso, no se rechazaría la hipótesis nula porque el valor Z (calculado) sería más pequeño que el valor Z (crítico).

Gráfica 1: Estudiantes de Mercadotecnia que trabajan actualmente



Gráfica 1: Estudiantes de Mercadotecnia que trabajan actualmente

Ítems	Condición	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Capacidad de identificar oportunidades. Entendido como la aptitud para leer con entorno social, económico, político, cultural, etcétera.	Ha trabajado	0	0.27	0.48	0.24
	No ha trabajado	0	0.23	0.69	0.08
Visión del Futuro. Entendida como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.	Ha trabajado	0.03	0.21	0.45	0.30
	No ha trabajado	0.08	0	0.84	0.08
Habilidad creadora e innovadora. Entendida como la destreza para encontrar múltiples formas de solución a los problemas.	Ha trabajado	0	0.15	0.58	0.27
	No ha trabajado	0	0.15	0.54	0.31
Aceptación y propensión al cambio. Entendidos como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno plantea.	Ha trabajado	0.03	0.21	0.42	0.33
	No ha trabajado	0	0.15	0.47	0.38
Convicción de Confianza en sus Facultades. Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su desesperación.	Ha trabajado	0.03	0.15	0.40	0.42
	No ha trabajado	0.08	0	0.38	0.54
Actitud Mental Positiva Hacia el Éxito. Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.	Ha trabajado	0	0.09	0.24	0.67
	No ha trabajado	0.08	0	0.31	0.61
Compromiso/ Constancia/Perseverancia. Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo, hacia el logro de los objetivos.	Ha trabajado	0	0.08	0.36	0.56
	No ha trabajado	0	0	0.38	0.62
Coraje para Enfrentar Situaciones Inciertas y Para Correr Riesgos. Entendido como el valor de arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios arriesgados.	Ha trabajado	0	0.18	0.52	0.30
	No ha trabajado	0	0.08	0.54	0.38
Capacidad de Realización. Entendida como el pragmatismo necesario para efectuar los proyectos.	Ha trabajado	0.03	0.18	0.48	0.31
	No ha trabajado	0	0.08	0.77	0.15
Capacidad para Administrar Recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos disponibles.	Ha trabajado	0.03	0.33	0.24	0.40
	No ha trabajado	0	0	0.46	0.54
Responsabilidad/Solidaridad/Ética. Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar deben construirse respetando al ser humano y la naturaleza, que éstos deben beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir una labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente del egoísmo que a veces nos cobija.	Ha trabajado	0	0.06	0.27	0.67
	No ha trabajado	0	0.08	0.23	0.69
Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la habilidad para percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.	Ha trabajado	0	0.24	0.42	0.34
	No ha trabajado	0	0.08	0.54	0.38
Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.	Ha trabajado	0.06	0.21	0.42	0.31
	No ha trabajado	0	0.23	0.31	0.46

Tabla 1. Resultados de la evaluación del perfil emprendedor social (en porcentajes)

Fuente: Romo, Rascón y Márquez (2020)

Ítems	Condición	Proporción	Z = 1.64	Diferencia
Capacidad de identificar oportunidades. Entendido como la aptitud para leer con entorno social, económico, político, cultural, etcétera.	P _T	0.72	-0.3456	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.77		
Visión del Futuro. Entendida como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.	P _T	0.75	-1.2932	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Habilidad creadora e innovadora. Entendida como la destreza para encontrar múltiples formas de solución a los problemas.	P _T	0.85	0	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.85		
Aceptación y propensión al cambio. Entendidos como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno plantea.	P _T	0.75	-0.7351	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.85		
Convicción de Confianza en sus Facultades. Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su desesperación.	P _T	0.82	-0.8512	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Actitud Mental Positiva Hacia el Éxito. Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.	P _T	0.91	-0.1083	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Compromiso/ Constancia/Perseverancia. Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo, hacia el logro de los objetivos.	P _T	0.92	-1.0504	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	1.00		
Coraje para Enfrentar Situaciones Inciertas y Para Correr Riesgos. Entendido como el valor de arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios arriesgados.	P _T	0.82	-0.8512	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Capacidad de Realización. Entendida como el pragmatismo necesario para efectuar los proyectos.	P _T	0.79	-1.0490	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Capacidad para Administrar Recursos. Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos disponibles.	P _T	0.64	-2.5119	Hay diferencia significativa
	P _{NT}	1.00		
Responsabilidad/Solidaridad/Ética. Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar deben construirse respetando al ser humano y la naturaleza, que éstos deben beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir una labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente del egoísmo que a veces nos cobija.	P _T	0.94	0.2466	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Capacidad de integrar hechos y circunstancias. Entendida como la habilidad para percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.	P _T	0.76	-1.2338	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.92		
Liderazgo. Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mi accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.	P _T	0.73	-0.2789	No hay diferencia significativa
	P _{NT}	0.77		

Tabla 2. Prueba de diferencia de proporciones de los ítems utilizados para evaluar el perfil emprendedor social de los estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia

Fuente: Romo, Rascón y Márquez (2020)

De acuerdo al objetivo del estudio, se puede concluir que no hay una relación entre la experiencia laboral y la percepción de los estudiantes sobre su perfil como emprendedor social.

REFERENCIAS

- Carland, J. W., Carland, A. C., & Aby, C. D. (1989). An assessment of psychological determinants theory of entrepreneurship. *International of small business management*, 7, 23-34.
- Crant, J. M. (Julio de 1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Dees, J. G.; Kauffman Foundation, E. M. & Peter Haas, M. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship" El significado de emprendurismo social. *Entrepreneur in Residence*, October 31. Disponible en: http://www.partnerships.org.au/library/the_meaning_of_social_entrepreneurship.htm, fecha de consulta (25/03/20).
- Dyer, W. G. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(19), 7-21.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación* (4Ta. ed.). México: McGraw-Hill.
- Leiva, B. J. (2004). Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR. En S. Roig, D. Ribeiro, R. Torcal, A. De la Torre, & E. Cerver, *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I* (pág. 323-339). Servei de Publicacions Universitat de Valencia.
- Lerma, K. A. (2007). *Liderazgo emprendedor: Cómo ser un emprendedor de éxito y no morir en el intento*. México: S.A. EDICIONES PARANINFO.
- Rubio, L. E., Cordón, P. E., & Agote Martín, A. L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo. (F. Dialnet, Ed.) *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 37-52.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Toledano, G. N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios : un estudio empírico. (U. d. Huelva, Ed.) *Revista Educación*, 341, 803-828.
- Veciana, V. J. (1989). Características del empresario en España. (F. Dialnet, Ed.) *Papeles de Economía Española*, 39(40), 19-36.
- Veciana, J., Aponte, M., y Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.