



Fatores que impulsan el emprendimiento empresarial en Universitarios del Estado de Guerrero

(Factors that promote business entrepreneurship in university students of the State of Guerrero)

Moisés Carmona Serrano¹; Diana Carmona Martínez² y Remigio Marín Ibarra³

¹ Universidad Autónoma de Guerrero – Facultad de Contaduría y Administración (México),
moisescarmona2511@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5916-7153>

² Instituto Tecnológico de Acapulco (México),

Dcarmonam05@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2989-3458>

³ Universidad Autónoma de Guerrero – Facultad de Contaduría y Administración (México),
rmi9b289@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8329-3328>

Información revisada por pares

Fecha de recepción: 22 de marzo del 2023

Fecha de aceptación: 16 de mayo del 2023

Fecha de publicación en línea: 31 de enero del 2024

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga10.1-402>

Resumen

Se busca analizar las características sociodemográficas de los universitarios del estado de Guerrero, para saber que jóvenes estudiantes tienen un perfil emprendedor y saber si el emprender es una opción más para insertarse en el mercado laboral o solo es una opción de sobrevivencia ante la falta de empleos, en este caso se aplicará el método de análisis de correspondencias múltiples aplicando una investigación descriptiva no experimental a una población de 3650 estudiantes donde se aplicará el método no probabilístico llamado bola de nieve para determinar la muestra y se obtuvo un universo de 356 encuestas contestadas, en las cuales se aprecia que el emprendimiento es una opción para los jóvenes que están en formación profesional dentro de las aulas universitarias y muchas veces se ve que el emprendimiento surge como una opción de sobrevivencias para los estudiantes y no solo explotar el entorno, la motivación para emprender de manera individual o colectiva utilizando sus capacidades

Palabras clave: Emprendimiento, población joven, Análisis de correspondencias múltiples.

Códigos JEL: M10, M13, M38, M48, M51

Abstract

It seeks to analyze the sociodemographic characteristics of the university students in the state of Guerrero, to find out which young students have an entrepreneurial profile and to know if entrepreneurship is another option to enter the labor market or it is only a survival option in the absence of jobs. In this case, the multiple correspondence analysis method will be applied, applying a non-experimental descriptive investigation to a population of 3650 students where the non-probabilistic method called snowball is applied to determine the sample and a universe of 356 answered surveys was obtained, in which it is appreciated that entrepreneurship is an option for young people who are in professional training within university classrooms and many times it is seen that entrepreneurship emerges as a survival option for students and not only exploit the environment, the motivation to undertake individually or collectively using their capacities

Key words: Entrepreneurship, young population, Multiple Correspondence Analysis

JEL Codes: M10, M13, M38, M48, M51

Introducción

El emprendimiento es un esfuerzo que hacen un individuo para impulsar un proyecto, crear una empresa o una solución innovadora que en el ámbito empresarial se generan ganancias y aportan valor a los consumidores, atendiendo una necesidad visualizando que el negocio o proyecto permanezca en el transcurso del tiempo, escale y se mantenga en el mercado, tan así como se ha considerado como una opción para el crecimiento de las personas y Naciones y una opción para subsanar las ineficiencias del mercado laboral (Abdala, 2004). En la década de los 90's se acuñó el emprendimiento en las Universidades de México, como una opción de autoempleo de los egresados debido de las deficiencias en el mercado laboral y la aplicación de políticas públicas al respecto que no solucionaban el sentir de la población Universitaria, la creación de nuevos negocios promueve la aplicación de peculiaridades y al mismo tiempo crea un sendero que impulsa el empleo, innovación y crecimiento económico (Fuentelsaz, L. y González, C. (2015), la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) correspondientes al tercer trimestre de 2022 muestra que existe el 95% de la Población Económicamente Activa (PEA) con empleo, pero sin que le sea suficiente para cubrir sus necesidades básicas de alimentación, vestido, transporte, etc., por lo que se impulsa el emprendimiento empresarial desde las Universidades del País y no queda atrás la Universidad Autónoma de Guerrero, que es la población en la que se realiza el presente estudio, para lo anterior se consideran varios pensamientos de autores como es el hecho de que el empresario es distinguido por sus capacidades innatas que se caracteriza por correr riesgos en la implementación de acciones tendientes al emprendimiento, ser el individuo que aprovecha los contextos o escenarios que otros emprendedores ignoran o desconocen, ser la persona que introduce las nuevas tecnologías, y llegar a crear oportunidades para la innovación (Landreth y Colander, 2006), también se dice que el emprendedor es un individuo que tiene ciertas facultades o características para incidir sobre las situaciones que pueden hacer cambios en los procesos, haciendo uso de la destrucción creativa, con lo que cierra ciclos de negocios e innova acciones relativas a mantener el mismo objetivo del emprendimiento, pero con nuevas estrategias, con lo que evolucionan las sociedades (Yoguel, Barletta y Pereira, 2013), La destrucción creativa encarna el punto de quiebre respecto a los patrones productivos imperantes, desplazados por nuevos esquemas de producción o la introducción de bienes novedosos al mercado (Schumpeter, 1976 y 2010), derivado de ello se crea la metamorfosis de los negocios ya que todo negocio evoluciona al paso del tiempo y ahí es donde se requiere a los emprendedores con habilidades de innovación, el Sistema de Desarrollo Emprendedor es un planteamiento presentado por Kantis (2004) que considera el análisis de seis contextos: 1.- Condiciones sociales, 2.-Condiciones económicas, 3.-Condiciones culturales, 4.-Considerar el

sistema educativo, 5.-Considerar la estructura de la sociedad, 6.- Considerar la dinámica productiva, otra manera de aplicar el emprendimiento se consideró el modelo de CANVAS, el cual es una herramienta de gestión estratégica que permite conocer aspectos claves del negocio, fue desarrollado por el consultor de negocios Alexander Osterwalder y el profesor en sistemas de información y gestión Yves Pigneur, quienes definieron nueve categorías que representan los componentes básicos de una organización y sirve para el emprendedor, de ahí, que se formule la siguiente pregunta ¿Cuáles son las características sociodemográficas que definen a la población universitaria emprendedora en Guerrero?

Método

Se pretende aplicar el de Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) ya que el objetivo del presente artículo se centra en analizar las características sociodemográficas de la población joven emprendedora en Guerrero y considerar aspectos del gobierno que promueven o limitan el emprendimiento empresarial, con la finalidad de identificar el perfil de los jóvenes emprendedores Universitarios , así como indagar si en efecto, la actividad emprendedora empresarial conforma un mecanismo de inserción exitoso al mercado laboral o solo se trata de una forma de sobrevivencia ante la carencia de oportunidades de empleo laboral. Para lo anterior se propone incorporar los elementos dados por un conjunto de vertientes teóricas y empíricas, así como la construcción de un esquema analítico a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) correspondientes al tercer trimestre de 2022 y el método de Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM). El artículo está dividido en cuatro secciones. 1.-Describe la noción de emprendimiento desde la perspectiva schumpeteriana, donde se considera un enfoque pionero en el estudio del emprendimiento, busca la innovación de los productos o servicios, si debe rehacer una actividad para mejorarla, lo hará, rompe con los esquemas de pertenencia, genera nuevos esquemas y entornos 2.- Enfoque Macroanalítico: se considera que el emprendedor incide en la macroeconomía, la cual estudia los conceptos como desempleo, la crisis, el crecimiento económico, la deuda pública y privada, el déficit público y la balanza de pagos, que se pueden ver favorecidos o afectados por el emprendimiento empresarial, 3.-Análisis mesoanalítico, se considera el enfoque intermedio entre los ambientes micro y macroeconómico, en síntesis este tipo de análisis estudia cómo afecta la situación coyuntural (Nivel local y regional) a las relaciones entre los agentes económicos y el desenvolvimiento económico global (Dieckow, 2010), (Salles, 2001), 4.- Análisis Microanalíticos examina la economía local o individual del emprendedor. Ante la situación laboral caracterizada por la insuficiente oferta de puestos de trabajo y la elevada demanda por fuentes de empleo laboral, la noción de emprendimiento asume especial trascendencia como mecanismo de inserción de la

población al mercado de trabajo, a través de la creación de un negocio que paralelamente representa una vía para la producción de bienes y servicios innovadores (Abdala, 2004). Dada la complejidad inherente a la definición de emprendimiento, es inexistente un punto de vista único y generalizable.

Participantes

En la presente investigación se consideró un universo de 356 encuestas aplicadas a los estudiantes de diversos grados académicos del Estado de Guerrero, que se obtuvieron por medio de la aplicación del método no probabilístico llamado bola de nieve el cual es una técnica de muestreo no probabilístico utilizada por los investigadores para identificar a los sujetos potenciales en estudios en donde los sujetos son difíciles de encontrar., donde no todos los estudiantes contestaron la encuesta y por ello se tiene este universo de investigación de todos los estudiantes que contestaron la encuesta

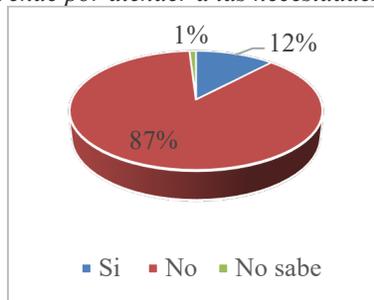
Procedimiento

La investigación se realizó por el procedimiento no probabilístico llamado bola de nieve que es una técnica de muestreo no probabilístico utilizada por los investigadores para identificar a los sujetos potenciales en estudios en donde los sujetos son difíciles de encontrar y aquí lo que se hizo fue visitar a las escuelas de la Universidad Autónoma de Guerrero y pedir a los estudiantes que contestaran el instrumento de investigación, siendo que solo contestaron el instrumento 356 estudiantes, los cuales son el objeto de estudio de la presente investigación, con un alfa de Cronbach de 0.82

Resultados

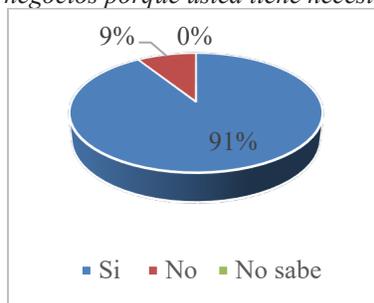
Después de aplicar la encuesta se tienen el apartado de resultados obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de recolección de datos llamada bola de nieve, mismo que permitió realizar la discusión de los resultados. En el análisis descriptivo se aprecia se encontró que el 2.1% de los estudiantes encuestados son Guerrerenses menores de edad que realizan actividades de comercio en la vía pública, el 42.7% son personas entre 20 y 43 años que hacen actividades de emprendimiento. Es importante resaltar que es un porcentaje significativo de líderes jóvenes universitarios que prometen un buen desarrollo y desempeño en las organizaciones que coordinan, sobre el resultado obtenido se encontró que a los 356 empleados informales o auto empleados encuestados en el periodo de enero a junio 2022 Aplicando el análisis de Correspondencia múltiple se analizan los factores que promueven o detienen el emprendimiento universitario, y dentro de los factores a analizar se hicieron varios ítems que representan el ACM, empezando por el análisis Schumpeterano.

Figura 1. *¿Emprende por atender a las necesidades de la población?*



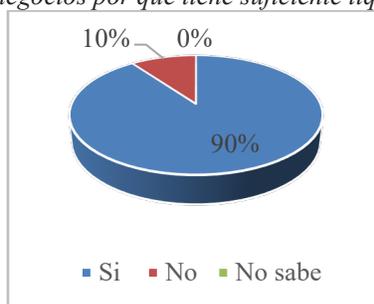
De la población que contestó la encuesta, el 87% señala que no emprende por atender las necesidades de la población. Mientras que el 12% señala que emprende por atender las necesidades de la población y el 1% solo emprende, pero por otras razones, por lo que se aprecia que varios emprendedores emprenden por otras razones, pero no para atender las necesidades del consumidor, lo cual causa problemas para mantener el emprendimiento y puede ser efímero.

Figura 2. *¿Hace negocios porque usted tiene necesidades financieras?*



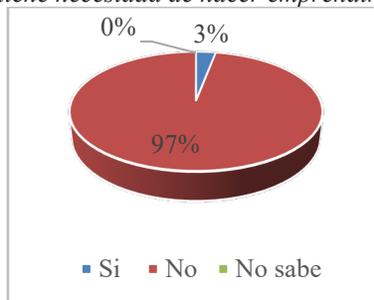
El resultado que se obtuvo es que el 91% de los emprendedores, lo hacen por tener necesidades financieras, o como se dice coloquialmente, es para poder cursar su formación profesional y el 9% emprende por tener ese espíritu, pero no propiamente por necesidad financiera, con lo que se puede concluir que los emprendedores universitarios, solo hacen la actividad de manera temporal en su época estudiantil y no tienen visión de negocios a largo plazo

Figura 3. *¿Hace negocios por que tiene suficiente liquidez para invertir?*



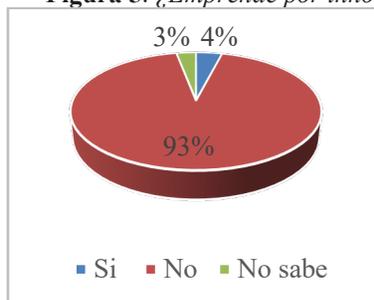
El 90% de los emprendedores universitarios hacen emprendimientos porque tienen liquidez para invertir y el 10% lo hace por necesidad financiera, pero cumpliendo las reglas de financiamiento por diversas fuentes, cumpliendo con sus obligaciones de pago

Figura 4. *¿Usted tiene necesidad de hacer emprendimiento empresarial?*



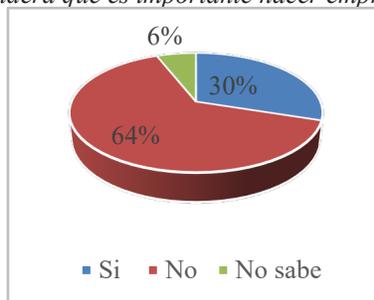
La población encuestada señala que no tienen necesidad de hacer emprendimiento empresarial, así lo señala el 97% y el 3% señala que, si requiere hacer emprendimiento, por lo que se aprecia que es el mismo porcentaje de jóvenes que posiblemente después vayan a realizar su propio negocio ante la experiencia adquirida en el ámbito universitario

Figura 5. *¿Emprende por innovar?*



La investigación refleja que el 93% de los emprendedores no buscan innovar procesos, solo buscan vender los productos que por costumbre se han ofertado en la población universitaria, solamente el 4% de los encuestados buscan innovar procesos o productos y el 4% no sabe si innovar o no, solo buscan vender

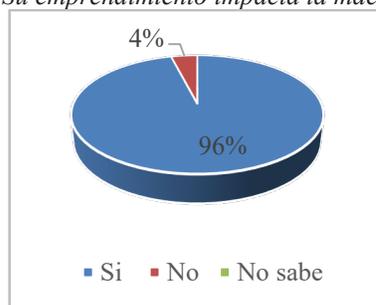
Figura 6. *¿Considera que es importante hacer emprendimiento empresarial?*



La población encuestada señala que no es importante hacer emprendimiento empresarial, así lo señala el 64% y un 30% considera que, si es importante, mientras que el 6% no sabe si es o no importante emprender, lo que resalta en este hecho es que los universitarios no tienen la idea firme del emprendimiento empresarial

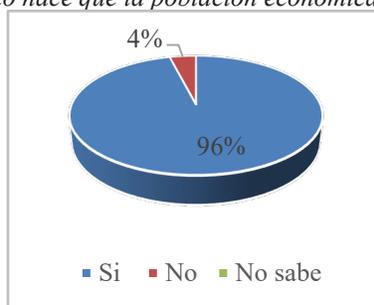
Cerrando el aspecto schumpeteriano se puede determinar que el emprendimiento empresarial no es algo importante para los jóvenes universitarios y solo emprenden por cubrir sus necesidades básicas de subsistencia financiera haciendo actividades de emprendimiento, sin tener visión emprendedora real.

Figura 7. *¿Su emprendimiento impacta la macroeconomía?*



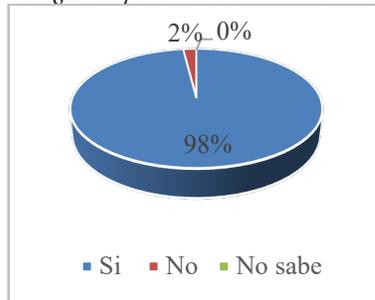
El emprendimiento universitario tiene impacto en la macroeconomía, así lo señala el 96% de los encuestados y el 4% señalan que su actividad emprendedora no impacta la macroeconomía, por lo que se define como que la actividad microeconómica, impacta a la macroeconomía y entonces los universitarios pudieran mover la económica nacional con el emprendimiento universitario

Figura 8. *¿Su negocio hace que la población económicamente Activa sea productiva?*



El 96% de la población encuestada señala que su negocio hace que la población económicamente activa (PEA) sea productiva, el 4% estima que el emprender no mueve a la PEA, siendo que en el ámbito macroeconómico impactan todas las actividades económicas que se generan en la sociedad

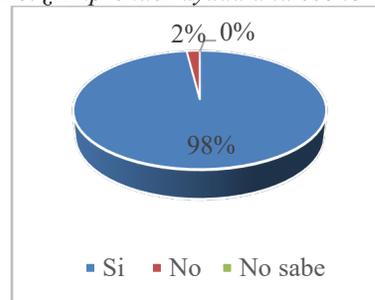
Figura 9. *¿El emprender reactiva la economía?*



De La población encuestada se desprende el siguiente análisis, en el sentido de que el 98% expresa que el emprender reactiva la economía y el 2% expresa que los emprendimientos no reactivan la economía, lo cual es falso, porque cualquier emprendimiento mueve el aspecto de recursos financieros, humanos y materiales

Continuando con el macro análisis, se aprecia que el 98% de la población considera que el emprendimiento impulsa la macroeconomía y es un factor de mejora de la población.

Figura 10. *¿Emprender ayuda a la economía local?*



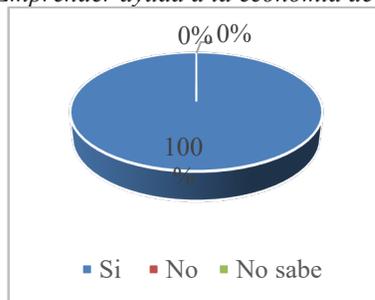
De La población encuestada se desprende el siguiente análisis, en el sentido de que el 98% expresa que el emprender reactiva la economía y el 2% expresa que los emprendimientos no reactivan la economía, lo cual es falso, porque cualquier emprendimiento mueve el aspecto de recursos financieros, humanos y materiales

Figura 11. *¿El comercio informal es un emprendimiento?*



El 100% de la población encuestada considera que el comercio informal es emprendimiento y tienen la razón en vista de que la población hace una actividad que pudiera en un momento dado organizarse y formalizarse con la autoridad, cumpliendo la normatividad, ya sea como personas físicas o como persona moral de acuerdo con su nivel de ingresos

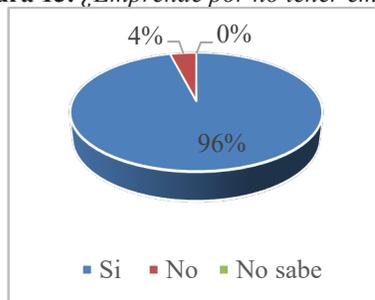
Figura 12. *¿Emprender ayuda a la economía de los lugareños?*



La población encuestada señala que el emprender ayuda a la economía local, por lo que consideran importante que a los universitarios se les enseñe a emprender negocios o comercios que fortalezcan la economía de la región, estado o país

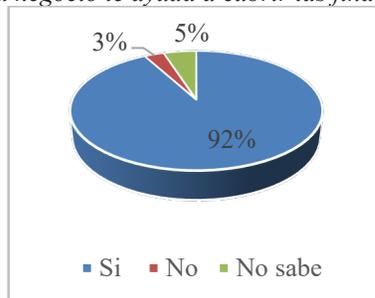
En el meso análisis se observa que el emprendimiento es importante para la economía local y fortalece al ámbito universitario formando profesionistas emprendedores

Figura 13. *¿Emprende por no tener empleo?*



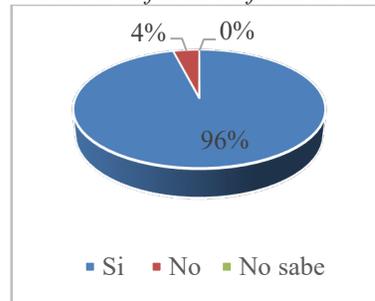
El 96% de la población encuestada señala que emprende por no tener empleo, el 4% señala que emprende solo porque le gusta hacer esas actividades

Figura 14. *¿Su negocio le ayuda a cubrir las finanzas familiares?*



La población señala que el 92% emprende para cubrir sus finanzas familiares, el 3% dice que emprende por gusto y el 5% no supo contestar la razón por la que emprende, pero lo importantes es que hay emprendimiento

Figura 15. *¿La violencia es factor de freno en el emprendimiento?*



El 96% de la población encuestada señala que la violencia es un factor que frena el emprendimiento y un 4% no considera que sea así, por lo que se plasma el resultado para análisis de los emprendedores

En el microanálisis se aprecia que arriba del 90% de los universitarios emprender por diferentes razones como son: no tener finanzas sanas, no tener empleo y aun a costa de la violencia se siguen formando pequeñas y medianas empresas

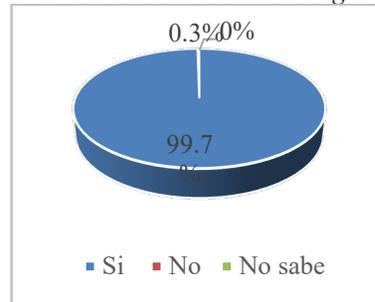
Discusión

Figura 16. *Sobre los resultados obtenidos se puede sintetizar lo siguiente por tipos de análisis:*



El emprendimiento es acorde al modelo Schumpeter: ¿Qué es la teoría de Schumpeter?: La propuesta general de Schumpeter resalta que el sistema económico se mueve empujado por los nuevos bienes de consumo, los nuevos métodos de producción y de transporte de las mercancías, los nuevos mercados y las nuevas formas de organización industrial que generan las empresas (Berumen, 2007), sin embargo en el resultado se aprecia que así lo considera solo el 38% de la población universitaria encuestada y el 60% no considera que su emprendimiento sea bajo el modelo schumpeter

Figura 17. En el microanálisis se obtuvo la siguiente información:



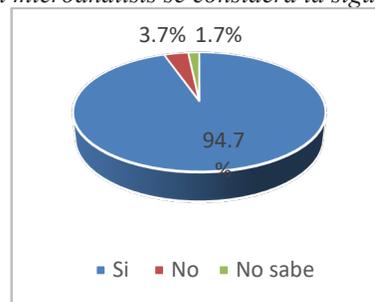
Considera el 97% de la población encuestada que el emprendimiento impacta la macroeconomía del país, el 3% no lo considera así, sin embargo, es conocido el hecho de que el emprendimiento incrementa el movimiento macroeconómico de una Nación

Figura 18. En el meso análisis se aprecia los siguiente:



En la aplicación de la encuesta se tiene que el 99.7% considera que ayuda a la economía local el emprendimiento y el 0.3% señala que no ayuda y se considera el hecho de que algunos emprendimientos son informales, pero mueven la economía local

Figura 19. En el microanálisis se considera la siguiente información:



El 94.7% de la población encuestada considera que el emprendimiento ayuda a los que se activan en esta travesía, mientras que el 3.7% no considera que el emprender ayude a la población económicamente activa y el 1.7% de la población no sabe si ayuda o no el emprender.



CUERPO ACADÉMICO DE INVESTIGACION UAGro-CA-210

Gestión, Desarrollo, Aspectos Tributarios y Financieros de las Empresas



CA - 210
Gestión Desarrollo
Aspectos Tributarios y
Financieros de las Empresas

La presente investigación se formula por parte del cuerpo académico de investigación UAGro-CA-210 de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Guerrero, la información que se obtenga es con carácter de confidencia

La aplicación de la encuesta se realizó en el periodo del 01 de Enero al 30 de Junio 2022

Análisis Schumpeteriano:

1. ¿Emprende por atender a las necesidades de la población?
Si No No se
2. ¿Hace negocios porque usted tiene necesidades financieras?
Si No No se
3. ¿Hace negocios porque tiene suficiente liquidez para invertir?
Si No No se
4. ¿Usted tiene necesidad de hacer emprendimiento empresarial?
Si No No se
5. ¿Emprende por innovar?
Si No No se
6. ¿Considera que es importante hacer emprendimiento empresarial?
Si No No se

Macro Análisis:

7. ¿Su emprendimiento impacta la macroeconomía?
Si No No se
8. ¿Su negocio hace que la población económicamente Activa sea productiva?
Si No No se

9. ¿El emprender reactiva la economía?

Si No No se

Meso análisis

10. ¿Emprender ayuda a la economía local?

Si No No se

11. ¿El comercio informal es un emprendimiento?

Si No No se

12. ¿Emprender ayuda a la economía de los lugareños?

Si No No se

Microanálisis

13. ¿Emprende por no tener empleo?

Si No No se

14. ¿Su negocio le ayuda a cubrir las finanzas familiares?

Si No No se

15. ¿la violencia es factor de freno en el emprendimiento?

Si No No se

Referencias

- Abdala, E. (2004). Formación y empleabilidad de jóvenes en América Latina. En M. Molpeceres (Coord.). *Identidades y formación para el trabajo* (pp. 7-65). Montevideo: Organización Internacional del Trabajo, OIT) / Centro Interamericano de Investigación y Documentación sobre formación Profesional.
- Berumen, S. A. (2007). El legado de Schumpeter al estudio de la administración de empresas. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 12(22), 9-22.
- Dieckow, L. M. (2010). *Turismo: un abordaje micro y macroeconómico*. Eumed. net.
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 47, 64-81.
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo Emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Landreth, H. y Colander, D. (2006). *Historia del pensamiento económico*. México: Mc Graw Hill.
- Salles, V. (2001). El debate micro-macro: dilemas y contextos. *Perfiles latinoamericanos*, 10(18), 115-151.
- Schumpeter, J. (1976) *Teoría del desenvolvimiento económico* (4ª reimpresión). México: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (2010). *¿Puede sobrevivir el capitalismo?* (2ª edición). España: Capital Swing.
- Yoguel, G., Barletta F., y Pereira, M. (2013). De Schumpeter a los postschumpeterianos: viejas y nuevas dimensiones analíticas. *Revista Problemas del Desarrollo*, 174(44), 35 -59.