



XVII encuentro
Participación de la
Mujer
en la Ciencia



PERFIL DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR: EL CASO DE LOS ALUMNOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN COHORTE GENERACIONAL 2016A DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE LA CIÉNEGA

Ivonne Haydé Navarro Guerrero¹, Ma. Guadalupe Godínez Flores¹, J Jesús Padilla Frausto¹, Ivonne Hayde Navarro Guerrero¹ y Héctor Cuellar Hernández¹

¹ Centro Universitario de la Ciénega, Universidad de Guadalajara. ivonne.navgro@gmail.com

Emprender, es acometer, comenzar una obra, es una empresa, emprender es simplemente hacer. La verdadera actitud de emprender tiene un nivel muy alto de autorrealización, de deseo de convertirse en lo que el hombre o la mujer es capaz de llegar a ser (creativo, innovador, único, con metas y apasionado). Quienes crean empresas pequeñas, lo hacen desconociendo las escasas probabilidades de supervivencia o a pesar de ella, es debido a que el 50% de las nuevas empresas quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años. Según revelan los análisis estadísticos, el 95% de estos fracasos son atribuibles a la falta de competencia y de experiencia en la dirección de empresas dedicadas a la actividad concreta de que se trate. Al analizar el espíritu emprendedor de los alumnos de la Licenciatura en Administración del Centro Universitario de la Ciénega (CUCIÉNEGA) sede Ocotlán de la cohorte generacional 2016A, se podrá determinar el perfil emprendedor como: i) las variables psicosociales y la intención emprendedora (espacio familiar, socio-laboral y personal) y ii) la intención de crear una empresa (actitud). La correlación de estas variables permitirá generar conocimiento empírico que facilite la inserción de los egresados en el mercado laboral. En este trabajo, se buscó evaluar y definir el perfil de espíritu emprendedor de los alumnos de la Licenciatura en Administración del CUCIÉNEGA, correspondiente a la cohorte generacional 2016A. El estudio consistió, en describir cualitativamente cualidades del emprendimiento en alumnos de la cohorte generacional 2016A (que egreso en el ciclo 2019A), como un diseño transaccional empleando un conjunto de encuestas de pilotaje sobre aspectos como: i) la actitud hacia el autoempleo; ii) escala de valores; iii) apoyo social; iv) dificultades para crear una empresa; y v) autoeficiencia emprendedora. Se graficaron las frecuencias de respuesta por ítem específico y se correlacionaron con parámetros como: el contexto familiar, contexto económico y el éxito de los negocios. Los resultados de frecuencia se declaran según el aspecto evaluado: i) el 76% de los encuestados se inclinan por el autoempleo, por encima de trabajar como empleados en instituciones públicas o privadas; ii) en el 91% de los encuestados, el mantener su trabajo es una de sus prioridades para seguridad familiar, económico y el éxito de su negocio, destacando que para lograrlo, requieren la creatividad para los negocios (79%) y buenos modales al servicio al cliente (74%); iii) con respecto al apoyo social, el 65% declaran una influencia familiar en el negocio; iv) los problemas a los que se enfrentan los alumnos son la falta de asesoramiento (90%), la burocracia (papeleo) 86%, la falta de financiamiento (86%), la falta de experiencia profesional (83%) y la falta de idea de un negocio (72%); y finalmente, v) los estudiantes de la Licenciatura en Administración del CUCIÉNEGA, muestran gran habilidad por la generación de ideas de nuevos negocios, sin embargo, es necesario perseguir oportunidades, generar un entorno económico y social exitoso para su negocio.