

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR de los egresados de la UACJ campus Nuevo Casas Grandes, Chihuahua

RESUMEN

*Francisco Javier García Heredia**

Al país actualmente le urge preparar personas versátiles y polivalentes, que sepan identificar oportunidades para crear negocios, asociarse con otros o generar unidades productivas de carácter asociativo, capaces también de adaptarse a los cambios del entorno, autodirigirse y autoevaluarse, relacionarse apropiadamente con otros y aprender cada vez más su trabajo. Las empresas han experimentado sustanciales cambios, originados por la competitividad exigida en los mercados globales y en rápido avance de la tecnología. Se requieren entonces nuevas organizaciones basadas en redes y equipos de trabajo, que usen tecnologías y procesos flexibles y que tengan en cuenta a los clientes. Los empresarios a su vez, han encontrado preocupantes vacíos y limitaciones en los jóvenes egresados de la educación media que aspiran a conseguir un trabajo. Para vincular personal, los empleadores tienen

en cuenta, de manera especial, las condiciones personales que involucran competencias claves, como comportamiento ético y las capacidades para comunicarse, trabajar en equipo y manejar recursos e información.

Vivir en un mundo globalizado implica un gran reto, hablando específicamente del aspecto económico, nos hace ser y estar conscientes de la gran necesidad de nuevas ideas creativas e innovadoras, plasmadas en negocios reales que aporten a Nuevo Casas Grandes beneficios económicos con la creación de fuentes de trabajo responsables y que permanezcan funcionando.

Esto conlleva a la importancia de que las instituciones de educación superior como la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ), División Multidisciplinaria de Nuevo Casas Grandes y otras instituciones locales enfoquen sus esfuerzos y recursos en preparar profesionistas competitivos con una visión emprendedora.

* Docente del campus de Nuevo Casas Grandes, Chih. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Correo electrónico: frgarcia@uacj.mx



Esta investigación aportará información valiosa que servirá de apoyo para que la institución crezca a través de procesos de mejoramiento continuo e innovación de sus programas de estudio actuales para aportar a la región de Nuevo Casas Grandes egresados de alta calidad, con enfoque al cliente y con una visión emprendedora.

Este trabajo permitirá determinar si los egresados de la UACJ, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes adquieren una visión emprendedora y los valores que el mercado demanda, asimismo identificar si éstos aprovechan las oportunidades brindadas por el Gobierno Federal, Estatal, Municipal y del Sistema Financiero Mexicano en materia de financiamientos.

INTRODUCCIÓN

Los individuos están buscando continuamente la oportunidad para comenzar nuevos negocios. Cuando observan en el mercado y buscan situaciones en que puedan operar con éxito un negocio, están actuando como empresarios potenciales, independientemente de que ellos se den cuenta o no de esa situación.

Según un estudio realizado por el CIES (Centro de Información Económica y Social), la estructura empresarial de la región está conformada en gran cantidad de empresas que pertenecen al tamaño micro (ver anexo A).

Las microempresas que reúnen el 85% del total de las empresas, proveen el 21% del empleo, mientras que la pequeña empresa, que conjunta el 12% del total de empresas, provee el 21% del empleo total. En el caso de las empresas medianas, las cuales sólo son el 2% del total, proveen el 11% del empleo, mientras el 1% de las empresas son grandes y dan en

conjunto el 47% del empleo total de la región.

De esta gran necesidad u oportunidad como queramos verlo de generar fuentes de empleo en la región nace la necesidad y nuestra inquietud de que la UACJ, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes aporte al mercado regional egresados con alta calidad, alta preparación, cualidades competitivas de emprendedores de negocio que ofrezcan beneficios económicos y laborales a nuestra región, siendo una de las principales tareas de la institución preparar a los egresados con visión emprendedora.

MARCO TEÓRICO

Con el propósito de fundamentar la presente investigación, a continuación se presentan las principales ideas sobre el tema objeto de este estudio.

Partamos del hecho de que para hacer que las cosas cambien no es nada fácil porque hoy se conectan e interrelacionan las grandes empresas con las pequeñas en condiciones totalmente diferentes. Las primeras cuentan con estructuras complejas y diversas en el ámbito empresarial, son dominantes y poderosas y suelen manejarse con grandes capitales extranjeros permitiéndoles dominar los mercados; las segundas enfrentan condiciones cambiantes que resultan de la falta de oportunidad, con poco capital, se trata pues de pequeños negocios que no aportan un gran valor agregado; debido a esto, su aportación a la economía de un país es mínima y en muchas ocasiones ni siquiera reúnen las características apropiadas para obtener financiamientos e inversiones a largo plazo. Por ello, el sistema empresarial actual no alcanza un nivel competitivo ya que no está enfocado al cliente y el bienestar que les proporciona es mínimo.

Considerando lo anteriormente descrito, observamos que hay una gran ausencia de cultura empresarial. Tenemos una gran percepción para suponerlo; no obstante, la falta de cultura empresarial no es una causa, sino más bien una consecuencia. En realidad, la cultura en general, y la empresarial en particular, son un resultado al interior de las instituciones e infraestructura en que se desenvuelve nuestra sociedad, de tal suerte que, la naturaleza intrínseca de la vida institucional logra, o hace previsible la posibilidad de transformar la cultura de los empresarios en el país.

Esto pasa no sólo en la cultura empresarial sino en la misma sociedad que no está creada para basar su toma de decisiones económicas a largo plazo, sino que está más enfocada con una visión de negocio a corto plazo e inmersa por los valores más de seguridad que de riesgo. Desde otro punto de vista, la cultura genera un mayor crecimiento económico con un comercio lucrativo en donde el establecimiento de las instituciones está orientado por el largo plazo. El correr riesgos afecta los objetivos de la economía al incidir en consecuencia en las decisiones económicas. La relación es simple, si el riesgo es alto, la economía se orienta por el corto plazo; si el riesgo es bajo, las decisiones de largo plazo se realizan con una mayor seguridad. En nuestra economía el riesgo ha sido grande en las últimas décadas y de mucha desconfianza por parte de la sociedad.

En nuestro país la estabilidad es considerada como un valor porque frecuentemente se busca, pero no es una constante, al menos desde la década de los setentas. La incertidumbre prevaleció en muchos aspectos y condujo a que se tomaran decisiones orientadas a defender el patrimonio, seguidamente de un conjunto de crisis y de inestabilidades que acompañaron las transformaciones



estructurales, y estas mismas han sido siempre insuficientes en profundidad.

Durante la década de los setenta el Gobierno y sus instituciones no promovieron un espíritu emprendedor, sino un estilo empresarial tradicionalista, sin una orientación al consumidor / servicio y al bienestar, con muy poca iniciativa a la interdependencia económica y con una dirección del Estado intervencionista. Por la década de los ochenta la súper crisis financiera y la inflación nos llevaron por un camino diferente en la vida institucional, el Estado no debería aumentar su actividad económica directa, sino establecer las reglas para que ésta se desarrollara en ámbitos de mayor competencia y orientados a la satisfacción del consumidor, que en mi opinión debió de ser *pasión por el consumidor*.

A partir de este movimiento y forma de pensar, se vivió un proceso de transición en la nueva conceptualización de valores empresariales. Se habla ya de la imperiosa necesidad de una nueva cultura de hacer negocios "El ser emprendedor" orientado a cambiar nuestra aversión al riesgo, con una actitud proactiva, que tome decisiones económicas en donde prevalezcan los valores asociados al bienestar común. Se plantea la necesidad de construir un sistema institucional nuevo orientado por condiciones de largo plazo en todos los aspectos que afecten el comportamiento de todos los entes económicos y del propio Estado para alcanzar el bienestar colectivo.

Esta nueva visión implica estructurar las instituciones con procesos o reglas que permitan premiar la alta competencia, no la protección; de interrelacionar inversión de largo plazo que comprometa valores de calidad, costos competitivos y productividad en la economía, y que se consideren las variaciones tecnológicas interrelacionando, educación superior con economía, iniciándose de esta forma

una inspiración hacia el consumidor o cliente.

Actualmente, el empresario se encuentra frente a un consumidor / cliente más informado, más exigente, pero que aún no valora o analiza más su decisión al comprar ya que todavía compra sin considerar el valor del ahorro.

Si por otro lado, analizamos nuestro Sistema Financiero Mexicano el cual está regulado por la SHCP, Banco de México, la Comisión Nacional Bancaria de Seguros y Fianzas quienes van a determinar las políticas monetarias y crediticias del país controlando toda la actividad financiera determinando sobre todo las tasas de interés que se han de cobrar por los préstamos ejercidos y los intereses que se pagarán a los depositantes e inversionistas según el instrumento que hayan contratado con las instituciones financieras. En la determinación de las tasas de interés podemos criticar el enorme abismo que hay entre lo que las instituciones pagan a los ahorradores e inversionistas (ridículo, 3 al 6% anual) y lo que cobran por préstamos otorgados (avaros desde 12 hasta el 48% anual). Esto, en lugar de colaborar nos hace más difícil el crecimiento competitivo y se debe de reflexionar en el sentido de que la función de la banca es realizar un intercambio de bienes presentes por bienes futuros en un contexto de certidumbre y oportunidad. Nada es más decepcionante en el sistema que la renuncia presente de consumo / servicio por la incertidumbre a futuros, es decir, de renunciar al consumo / servicio por un ahorro que no garantiza un mejor nivel de vida. Por eso, se necesita que las instituciones que controlan la actividad financiera se enfoquen y tomen decisiones más encaminadas a estimular mayormente la inversión y las oportunidades de negocio con una cultura financiera con perspectiva de

consumo / servicio y no a la exagerada ganancia mediática.

Esto parece ser imposible, pero realmente no lo es, si se actúa de una manera decidida desde lo más alto de la cúpula política para un mayor bienestar económico para pasar de una economía restringida a una consolidada. El sistema se debe direccionar para erradicar la desigualdad, a estimular y desarrollar la productividad, a promover valores competitivos y de bajo costo para crear o fomentar una nueva fuerza cultural de emprendedores de negocios.

Algunos países como China, Chile, Brasil definieron objetivos muy precisos y condiciones institucionales que favorecieron la competencia, la mejora continua, la innovación y el cambio tecnológico tanto para empresas grandes como para negocios pequeños proveyéndoles cooperación, información y formación para incrementar el bienestar colectivo.

Este orden de ideas nos lleva a requerir de personas que tengan un espíritu emprendedor, que piensen en la forma de satisfacer plenamente las necesidades, y para ello; se necesita contar con un sistema generoso de opciones informativas, tecnologías, organizativas, que aumentan la credibilidad y el ánimo sobre el futuro. Éste es el camino más apropiado para convertir una idea en hechos reales, ésta es la intención de cualquier emprendedor: la habilidad para buscar oportunidades, formular proyectos y analizar las características indispensables para realizarlos. La llave de su éxito estará en buscar y gestionar las oportunidades para minimizar sus dudas y temores.

La cultura es pues de seguridad, de certidumbre, de promover el cambio, crear compromiso colectivo. Se debe de persuadir la pro-actividad o iniciativa privada buscando el desarrollo competitivo personal y la creación de nuevos empresarios que coadyuven al crecimen-



to económico y al mejoramiento de la calidad de vida de miles de mexicanos que hoy se encuentran desempleados y con muchas carencias. Para ello, necesitaremos un gobierno que no imponga normas arbitrarias o abusivas de un solo sentido e interés (impuestos, pago y cobros de intereses desproporcionados, contribuciones de seguridad social altas, etcétera) que lo único que propician es la evasión, la ilegalidad y la corrupción del sistema actual.

Finalmente, para crear nuevos emprendedores de negocios debemos apostarle a las capacidades de nuestro capital humano, en crear las nuevas reformas a los sistemas de educación que nos permitan desarrollar las competencias y talentos de nuestra gente, de contar con la infraestructura y organización de las instituciones que favorezcan la cooperación y el cambio altamente competitivo.

METODOLOGÍA

La investigación es un proceso riguroso, cuidadoso y sistematizado en el que buscamos resolver problemas con vacío de conocimientos (investigación científica) por eso utilizamos en este proceso de investigación el método cuantitativo utilizando como herramienta de recolección de datos el cuestionario, con la finalidad de determinar si los estudiantes egresados de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes cuentan con una preparación competitiva y con una visión o enfoque emprendedor para aprovechar las oportunidades que existen en la región para la creación de una empresa y como consecuencia fuentes de trabajo. Las encuestas fueron realizadas en los domicilios o fuentes de trabajo de cada uno de los egresados para que de viva voz

conociéramos sus respuestas y saber su situación personal.

RESULTADOS

La presente investigación se realizó para obtener información valiosa acerca de cuántos egresados de los programas de Licenciatura en Administración de Empresas, Licenciatura en Mercadotecnia y Licenciatura en Turismo están convencidos de haber obtenido durante su educación universitaria una preparación emprendedora.

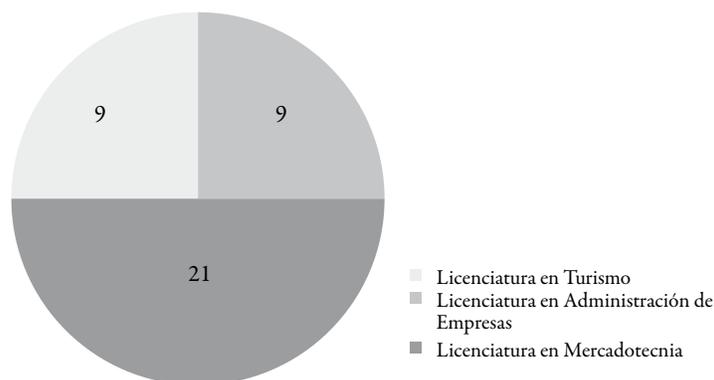
La población total de egresados en los semestres enero-junio de 2008 y agosto-diciembre de 2009 es de 74 personas, de las cuales 18 son del programa de Licenciatura en Administración de Empresas, 41 de la Licenciatura en Mercadotecnia y 15 de la Licenciatura en Turismo. La muestra está representada por 39 participantes que suman el 51% del total de egresados de cada uno de los programas, en los periodos señalados (ver figura 1).

La información anteriormente señalada fue obtenida de los registros existentes en el Departamento de Control Escolar de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, División Multidisciplinar Nuevo Casas Grandes.

Evidencias

Los resultados de los datos obtenidos a partir de la aplicación de un cuestionario revelan que la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes está aportando en cierta medida los conocimientos y valores para emprender negocios (ver anexo B), sin embargo, se requiere estructurar los programas académicos y preparar a los maestros para el aspecto de desarrollar habilidades de negocios que le permitan a los estudiantes estar más

Figura 1. Número de participantes en la muestra por programa de estudios.



Fuente: Elaboración propia.



calificados para iniciar empresas. También es importante señalar que durante la carrera y sobre todo en la parte avanzada se realizan proyectos por los estudiantes que bien valdría la pena se cristalizaran. Pero lamentablemente descubrimos que los egresados, en su mayoría cuentan con empleo en lugar de haber iniciado su propia empresa o proyecto, es decir, que los egresados se convierten en empleados y no empleadores.

DISCUSIÓN

La discusión del proyecto de investigación se centra principalmente en identificar si la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez es capaz de romper el paradigma de una educación centrada en los conocimientos disciplinares y multidisciplinarios que se adquieren a través de la permanencia de los estudiantes en las aulas universitarias e incorporar maestros y doctores con procesos de experiencia laboral que coadyuven a alcanzar una educación basada en conocimientos, actitudes y habilidades que permitan resolver los problemas que las empresas enfrentan hoy en día como pueden ser la mala calidad, el mal servicio, el desperdicio en todos los procesos de la organización, la falta de planeación estratégica, la búsqueda incesante de nuevos mercados, costos altos en sus productos o servicios, los accidentes en las áreas de trabajo, las contaminaciones al medio ambiente, la falta de atención a sus clientes internos (trabajadores), los procesos de reglamentaciones legales para cumplir cabalmente con el gobierno, etcétera. Podríamos poner también en una mesa de discusión la necesidad de incorporar en el campus de Nuevo Casas Grandes la estructura de una incubadora de negocios y equipar un aula inteligente para colocar una fábrica visual que permita a nuestros estudiantes realizar simulaciones de procesos reales que se vi-

ven en las organizaciones de clase mundial para alcanzar su competitividad.

CONCLUSIONES

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes proporciona ciertos conocimientos y valores, sin embargo, como lo comentábamos en la parte de los resultados hace falta mejorar los programas académicos para desarrollar las habilidades requeridas en el ámbito emprendedor; lamentablemente descubrimos que los egresados en su mayoría cuentan con empleo en lugar de haber iniciado su propia empresa, para poder convertirse en empleadores. Por otra parte, se pudo observar en la investigación realizada que hay factores que influyen y frenan las ideas de los egresados como son:

- La inseguridad que hoy en día se vive a nivel local y nacional
- La falta de recursos económicos
- La falta de iniciativa de los egresados de acudir a las instancias federales, estatales y municipales para obtención de recursos
- La falta de orientación acerca de las instituciones del sector financiero mexicano para aprovechar las oportunidades de recursos que ellos manejan para las pequeñas y medianas empresas

Esto nos da un panorama negativo por la existencia de apatía y conformismo de los egresados de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, División Multidisciplinar de Nuevo Casas Grandes, ya que a pesar de que saben que tienen el potencial en conocimientos, valores y conocen su debilidad en cuanto a las habilidades y experiencia en abrir nuevos negocios se van por la línea más corta y

sencilla que es emplearse de lo que sea, viendo frustradas sus ilusiones o ideales de colocarse bien en alguna empresa o desarrollar la propia.

BIBLIOGRAFÍA

- Galeana, P. (coord.). *Los siglos de México*. México: Nueva Imagen, 1991.
- Longenecker, J., C. Moore, W. Petty y L. Palich, L. *Administración de Pequeñas Empresas: Enfoque Emprendedor*. México: Editorial Paraninfo, 2006.
- Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Disponible en: <http://www.institutocrear.galeon.com/productos1771957.html> <http://www.chihuahua.com.mx/nuevodisenowire5.asp>



4. ¿Le gustaría tener su propia empresa?

CARRERA	Sí	No
Lic. en Administración de Empresas	9	0
Lic. en Mercadotecnia	19	2
Lic. en Turismo	9	0

5. ¿Conoce usted instancias, privadas o de gobierno, que den apoyo para iniciar su propia empresa?

CARRERA	Sí	No
Lic. en Administración de Empresas	7	2
Lic. en Mercadotecnia	14	7
Lic. en Turismo	6	3

6. ¿Acudiría a estas instituciones para desarrollar algún negocio?

CARRERA	Sí	No
Lic. en Administración de Empresas	7	2
Lic. en Mercadotecnia	14	7
Lic. en Turismo	6	3

7. ¿Cuáles cree que sean las limitantes por las que algunos egresados no opten por emprender su propio negocio?

CARRERA	I.	R.E.	C. y H.	O. DE G.
Lic. en Administración de Empresas	9	9	1	1
Lic. en Mercadotecnia	18	20	3	7
Lic. en Turismo	5	9	4	3

I. Inseguridad.

R.E. Falta de recursos económicos.

C. y H. Falta de conocimientos y habilidades.

O. de G. Falta de apoyo por parte del gobierno o instituciones privadas.

8. ¿Actualmente cuenta con empleo?

CARRERA	Sí	No
Lic. en Administración de Empresas	4	5
Lic. en Mercadotecnia	17	4
Lic. en Turismo	5	4

9. ¿Tiene negocio propio?

CARRERA	Sí	No
Lic. en Administración de Empresas	2	7
Lic. en Mercadotecnia	1	20
Lic. en Turismo	1	8

Fuente: Elaboración propia.

