

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE LOS MOCHIS, SINALOA

THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE CITY OF LOS MOCHIS, SINALOA

Gustavo Fabián **Pérez-Álvarez**¹; Iván Noel **Álvarez-Sánchez**² y Miriam Aracely **Pérez-Barraza**³

Resumen

El espíritu empresarial proporciona a la sociedad nuevos productos y servicios, el crecimiento, la renovación de las industrias existentes, la creación de nuevos y mejores puestos de trabajo. Para ello se planteó conocer si los estudiantes de las universidades de Los Mochis poseen espíritu emprendedor. La investigación cuenta con un diseño metodológico cuantitativo con un alcance descriptivo, con diseño no experimental. La muestra estuvo compuesta por 250 alumnos elegidos al azar de 4 universidades de Los Mochis, Sinaloa. Los resultados indican que los emprendedores universitarios no siempre cuentan con las habilidades y conocimientos necesarios para realizar un análisis adecuado, lo que dificulta obtener información

relevante, planificar sus actividades y recursos. Para ello, es necesario que las universidades habiliten y fomenten actitudes innovadoras y emprendedoras, junto a la priorización de soluciones que los emprendedores puedan aplicar.

Palabras clave: estudiantes universitarios, espíritu emprendedor, emprendimiento.

Abstract

Entrepreneurship provides society with new products and services, growth, renewal of existing industries, creation of new and better jobs. For this purpose, it was raised whether the students of the universities of the Mochis possess an entrepreneurial spirit. The research has a quantitative methodological design with

¹ Unidad Académica de Negocios/ Universidad Autónoma de Sinaloa. E-mail: fabian.perez@uas.edu.mx

² Profesor investigador en la Universidad Autónoma Indígena de México. Posgrado/ Universidad Autónoma Indígena de México e-mail ivanalvarezsanchez@uais.edu.mx

³ Coordinadora de la carrera de Mercadotecnia/Unidad Académica de Negocios/ Universidad Autónoma de Sinaloa e-mail:miriam.perez@uas.edu.mx

a descriptive scope, with a non-experimental design. The sample was composed of 250 randomly selected students from 4 universities of the Mochis, Sinaloa. The results indicate that university entrepreneurs do not always have the skills and knowledge needed to conduct proper analysis, making it difficult to obtain relevant information, plan

their activities and resources. This requires universities to empower and encourage innovative and entrepreneurial attitudes, together with prioritizing solutions that entrepreneurs can apply.

Key words: students university, entrepreneurial spirit, entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Un joven universitario no sólo debe aspirar a ser un buen profesional, el ideal del universitario debería consistir en llegar a ser un ciudadano consciente de su responsabilidad con él mismo y con la sociedad, afirmó el filósofo David Pastor Vico (2019). En relación con Alemany, Álvarez, Planellas y Urbano (2011), el espíritu emprendedor se refiere a la forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y la persecución de una oportunidad. Galindo y Echeverría (2011), lo definieron como la capacidad para pensar, razonar y actuar, centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Por lo que se refiere al emprendimiento, para Timmons, Zacharakis, y Spinelli, (2004) “Significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos”. Según Peter F. Drucker (1998) “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo”. No obstante, Schumpeter (1997) identificó el papel que los emprendedores tienen en el desarrollo económico al iniciar cambios que abren nuevas posibilidades económicas y tecnológicas a través de nuevos bienes, métodos de producción, mercados, fuentes de suministro o formas de organización.

Por tanto, las instituciones universitarias se han visto en la necesidad de potenciar el emprendimiento de sus alumnos, con el fin de validar la investigación y fomentar las posibilidades de negocios, asociados a estas actividades (Stuart y Ding, 2006). En este caso, la universidad es particularmente importante. Los emprendimientos justifican su existencia por la rapidez y flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno, por su potencial innovador, por su contribución a la generación de puestos de trabajo y a la diversificación del tejido productivo (Kantis, 2010). Por tanto, el espíritu emprendedor, se considera como una forma en que la creatividad individual puede canalizarse para nutrir o acelerar las innovaciones realizadas en el mercado, y como una forma de aumentar la competitividad e influir positivamente en el desarrollo local, jugando un papel

clave en el impulso de la innovación y el bienestar, el cual ha sido de interés para las escuelas de negocios por razones que incluyen su relación con la creación y gestión de empresas. Este es un campo amplio que cubre diferentes temas, como la financiación de empresas emergentes, las características empresariales, el espíritu empresarial corporativo, la empresa familiar, la identificación de oportunidades y el aprendizaje.

El objetivo de la investigación es determinar el espíritu emprendedor de los jóvenes universitarios de Los Mochis, identificar las limitaciones, sectores económicos de interés, así como fundamentar la importancia de la formación académica y las áreas de oportunidad que se tienen dentro de las aulas para mejorar esta importante actividad.

Con esta premisa, este artículo presenta una metodología descriptiva que permite declarar el contexto de un emprendimiento según los recursos reales que este posee, así como el interés de los estudiantes a emprender. Lo anterior genera un interés investigativo, porque alienta a profundizar en el emprendimiento universitario, particularmente en el espíritu y educación emprendedora dentro de las instituciones de educación superior, destacando el conocimiento obtenido tras indagar en los estudiantes universitarios la existencia de emprendimientos o el interés o desinterés en emprender.

Analizando la literatura sobre emprendimiento es posible reconocer que hay evidencias atribuidas a esta variable. El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. Emprendimiento es una actitud de no tenerle miedo al esfuerzo, a la perseverancia, a la resiliencia, es decir si uno se cae levantarse de nuevo. No hay que tener miedo a los fracasos (Formichella, 2004).

Algunos de los elementos principales que envuelven al emprendimiento son la creación, asumir riesgos, la motivación, las decisiones, el futuro, la oportunidad, y todos estos se relacionan al iniciar un proceso de emprendimiento con el mercado, el producto, los competidores, los proveedores, los clientes y sin lugar a duda el impacto económico que representan.

La capacidad para emprender coincide con muchos aportes que pueden aplicar estrategias competitivas, siendo estos elementos que potencian cualquier sector de la economía, como generando oportunidades e introduciendo competencias a la productividad (Corredor, 2007).

Clases de emprendimiento

Existen diferentes tipos de emprendimientos que se pueden clasificar por:

- *Emprendimiento por necesidad*: Este emprendimiento se encamina en generar los ingresos diarios para vivir, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro, por esta razón no se tiene un valor agregado o perspectiva de mercados nacionales o internacionales.
- *Emprendimiento Tradicional*: Son emprendimientos que tienen un crecimiento por su estructura competitiva pero que no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta. Se caracteriza porque sus productos y/o servicios no tienen diferenciados, en algunos casos no tiene capacitada su mano de obra, poco usan tecnologías, generalmente están formalizadas.
- *Emprendimiento Dinámico*: Son emprendimientos que tienen un crecimiento rápido, rentable y sostenido, teniendo un nivel de ventas representativo después de una década.

Clasificación de acuerdo al objetivo:

- Emprendimientos de base social.
- Emprendimientos inclusivos.

La capacidad emprendedora está relacionada con tres aspectos:

1. Tener ideas, habilidades;
2. Desarrollar las ideas identificando las oportunidades, proponer nuevos proyectos;
3. Organizar los recursos necesarios para poner en marcha la idea inicial (Majmud, P. 2013).

El interés por el espíritu emprendedor ha cautivado el interés de diversos estudiosos a través del tiempo. Ya desde el siglo XIX algunos investigadores intentaban explicarse el fenómeno de la creación de empresas y cómo influía en el desempeño económico general. La existencia de una serie de factores, tales como la liberación de las telecomunicaciones alrededor del mundo, la difusión del cambio tecnológico propiciado por la unión entre la informática y la telemática, han impulsado una aceleración de las transformaciones económicas y sociales.

Ya desde la Revolución Industrial, las actividades de la población y los valores de la sociedad han sido moldeados básicamente por la capacidad de las

sociedades para crear empleos. En el caso de América Latina, este fenómeno se dio con mayor intensidad desde la década del 40, en que la mayoría de los países inician los procesos de industrialización. Con el transcurso del tiempo, se registraron diversos cambios económicos, sociales y políticos; sin embargo, las dificultades asociadas con el empleo han permanecido.

En tal sentido, el Espíritu Emprendedor, expresado como el proceso de creación de empresas en una economía, es un creciente fenómeno que no conoce fronteras y el cual agrupa cada vez más a un conjunto de investigadores, académicos, hacedores de política y diversos interesados.

La relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico, generación de riqueza y empleo, han colocado en la palestra a numerosas entidades que intentan coadyuvar en la generación y fortalecimiento del sector empresarial. A tono con lo anterior, muchas instituciones académicas han integrado dentro de sus actividades el fomento a la empresariedad, con el fin de favorecer la cultura empresarial mediante procesos académicos y la participación de la comunidad académica y empresarial para motivar y formar, a través de actividades educativas, a los miembros de la comunidad en el desarrollo de acciones innovadoras y creativas. Ello con la finalidad de que sus alumnos, sus profesores, sus programas, sus directivos, y su administración estén motivados, educados, orientados y operen bajo la premisa cultural del espíritu empresarial; y donde los conceptos de valor, de bienestar, de generación de empleos, de creación de empresas son los ejes directores de toda la política académica (William Materano, 2007).

Una carrera profesional supone una inversión de tiempo para asistir a clases, realizar tareas, elaborar proyectos e investigaciones, presentar exámenes y poder titularse, aunado a los requisitos de prestar el servicio social obligatorio y realizar prácticas profesionales, que son necesarias en varias instituciones para poder graduarse. Es decir, implica una inversión de recursos económicos para cubrir los gastos de los estudios y del proceso de titulación.

De igual manera, comprende un gasto de energías y un esfuerzo importante para estudiar, concentrarse, resolver problemas, realizar investigación, memorizar, crear proyectos y leer mucho, entre otras cosas, así como cierta incertidumbre de no concluir los estudios.

Asimismo, la carrera profesional para las personas que deciden realizar tal actividad educativa, implica un cálculo en el que se apuesta con la idea de formarse académicamente y tener un mejor futuro. En este sentido, la carrera se convierte en una inversión personal, familiar y social muy importante, cuyo objetivo central es lograr un alto retorno de la inversión, debido a que las personas estudian con el objetivo de prosperar y tener un mejor porvenir.

De acuerdo con Westlund (2010), el emprendimiento académico conlleva el descubrimiento, la evaluación y explotación de oportunidades que pueden traducirse en negocios, patentes, capital social y colaboraciones con la industria o con el sector público. Es decir, estudiar una carrera profesional es la mejor empresa que una persona puede emprender y la mejor inversión que como sociedad se pueda hacer. De esta forma, realizar algún estudio profesional es el mejor ejemplo de emprendimiento que pueda desarrollar el ser humano.

Hoy en día México se enfrenta a una crisis de empleo juvenil decente de altas proporciones, aun cuando de las naciones integrantes de la Oede, es la cuarta con los indicadores de desempleo más bajos, 4.9% de la PEA para el año 2014 se ubicaba en dicha condición, la tasa de desempleo juvenil para el mismo periodo de medición alcanzó el 9.6%, es decir, duplicó la tasa de desempleo general (Oede, 2014).

Datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2013 del Inegi indicaron que el 33% de jóvenes de estratos altos con estudios profesionales terminados, laboraban en ocupaciones no profesionales, mientras que, para el caso de los individuos jóvenes de estratos bajos con estudios profesionales terminados, el 60% laboraba en ocupaciones no profesionales (García, 2015).

Dado lo anterior, diversas instituciones tanto públicas como privadas, han impulsado propuestas para atender las tasas de desocupación e informalidad que enfrenta la población joven. En este tenor, una de las estrategias más utilizadas para afrontar la crisis de empleo decente es el fomento al emprendimiento.

Los datos que recuperados sirven como indicadores para evidenciar que el problema de la crisis de empleo juvenil no es un fenómeno coyuntural, sino de largo plazo y estructural. En torno a la fuerza que está cobrando actualmente el emprendimiento empresarial en México, debido a que, desde la lógica del Gobierno en turno, esta estrategia de política laboral permitiría atacar los desequilibrios que actualmente enfrenta el mercado de trabajo.

Los resultados permiten evidenciar que aun cuando el emprendimiento se presenta como una opción en el horizonte próximo de los jóvenes y las jóvenes estudiantes universitarios abordados, todavía hace falta trabajo para que tengan las herramientas necesarias con las cuales puedan acceder a los recursos que las instituciones ofertan para iniciar nuevas empresas.

El mercado de trabajo juvenil es una de las problemáticas más evidentes que ha enfrentado la sociedad mexicana en el último cuarto de siglo, es la crisis de empleo decente (Organización Internacional del Trabajo, 2007), así como las consecuencias que se han derivado de este fenómeno social (García, 2015).

Diversos teóricos han abordado las causas y las consecuencias, así como posibles estrategias que se podrían impulsar e implementar desde los ámbitos público y privado para hacer frente a los desequilibrios del mercado laboral.

Una de las franjas poblacionales donde ha impactado en mayor medida la desocupación y la informalidad, es la población juvenil, no solamente quienes por diferentes causas no han podido acceder a una formación académica, sino también sujetos jóvenes con nivel educativo universitario, incluso con nivel de posgrado.

Desde la interpretación sociológica, varios autores han demostrado la incapacidad que evidencian en la actualidad las instituciones que antaño daban orden, seguridad y confianza para estructurar patrones de referencia en las colectividades; esto principalmente debido a la lógica de apertura y flexibilidad que las prácticas del mercado han impuesto a las estructuras gubernamentales.

Para el contexto mexicano, algunos de los hechos más importantes que han alimentado el escenario actual de crisis de empleo son: Desincorporación de empresas públicas, Bajo crecimiento económico y Crisis económicas recurrentes.

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

El diseño metodológico aplicado para esta investigación es cuantitativo con un alcance descriptivo, con diseño no experimental porque no se manipulan los datos, y transeccional. El tipo de muestra seleccionada es no probabilística porque son elegidos al azar los sujetos a encuestar (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Se diseñó una encuesta electrónica utilizando plataformas digitales, para los jóvenes que cursan carreras en el área económico- administrativo de las principales universidades de Los Mochis, donde se aplicaron 250 encuestas a estudiantes a diferentes universidades. Se utilizó el alfa de Cronbach en cuanto al análisis de la consistencia o confiabilidad del instrumento en el cual generó un resultado de 0.80, por tanto, tiene una buena confiabilidad con base a los parámetros de los criterios de validez (Cronbach, 1960).

Tabla 1. Número de muestras de universidades

Universidades	Porcentaje por universidades	Tamaño de la muestra
Universidad Autónoma de Sinaloa (UANEG)	30%	75 encuestas
Universidad Autónoma indígena de México (UAIM)	45%	113 encuestas
Instituto Tecnológico de Los Mochis (UVA)	23%	57 encuestas

Universidad Autónoma de Durango	2%	5 encuestas
---------------------------------	----	-------------

Fuente: Elaboración propia.

Lo que resulta un tamaño de muestra total de $(n) = 250$ encuestas. Con un 95% de confianza y un 6% de error, tal como se muestra en la tabla. Generando un tamaño de muestra de acuerdo con la proporción que representa a los universitarios.

Para el procesamiento de la información colectada estuvo en función a la metodología definida previamente, es decir se utilizó Excel para realizar el proceso de recopilación y análisis de los datos que arrojen las encuestas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La población universitaria encuestada fue un 69.3% mujeres y un 30.7% hombres, representando en su mayoría por mujeres en la ciudad de Los Mochis.

Por otro lado, con un rango de edad de 19 años a 23 años representa un 87% de las principales edades de los universitarios interesados en emprender y con un 13% universitarios de edades entre los 25 años a los 35 años, representando una participación muy baja, podemos asumir que entre los 19 a los 23 años los universitarios están en la etapa de darle un rumbo a su futura vida profesional, un factor determinante es que las escuelas no se encargan de incentivar el emprendimiento a temprana edad, al ser parte del aprendizaje y no darle la importancia que se merece, los estudiantes egresan decadentes de información y formación sobre el espíritu emprendedor y es una realidad que se vive en la ciudad de Los Mochis, lo antes mencionado adhiere a los datos proporcionados por la Secretaría de Economía en relación a la población total de Ahome en el 2020 la cual fue de 459,310 habitantes, siendo 50.9% mujeres y 49.1% hombres.

Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 15 a 19 años (39,716 habitantes), 20 a 24 años (39,554 habitantes) y 10 a 14 años (38,263 habitantes). Entre ellos concentraron el 25.6% de la población total. (Datamexico, 2020). La edad mediana en el estado es de 30 años.

Contrastando con los emprendedores en México el 40 % son jóvenes de entre 22 y 35 años, lo cual nos da una idea que el nivel universitario es el que más produce "emprendedores" como se puede observar a continuación con las figuras:

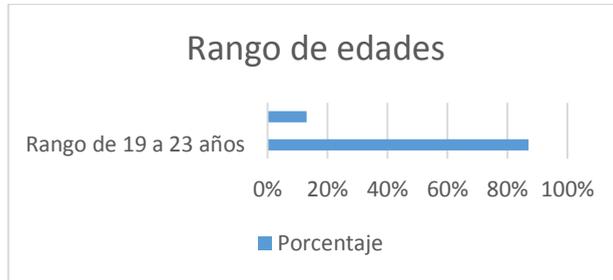


Figura 1. Rango de edades de jóvenes universitarios.

Siguiendo con el concepto el espíritu emprendedor es aquella forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y la persecución de una oportunidad, el 64.4% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo con que el espíritu emprendedor es aquella forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y persecución de una oportunidad, un 25.5% está de acuerdo con la definición, y solo el 2.4% en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. Como podemos comprender los jóvenes universitarios tienen noción de lo que es el emprendimiento, solo que no saben cómo enfocar su idea y aprovechar sus habilidades, partimos en que se debería trabajar las fortalezas que poseen para poder tangibilizar la idea de emprendimiento y poder vivir de ella.

En cuanto a los tres elementos claves para un emprendimiento son planificación, organización, y capital, un 62.9% está totalmente de acuerdo, un 26.3% está de acuerdo, un 6.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo y con 2% totalmente en desacuerdo, se observa que estos tres elementos clave se aprenden y se manejan en el aprendizaje académico, mismo que no se está dando a los estudiantes universitarios.

Un dato importante en la investigación es la postura en cuando al emprendimiento, con un 38.2% no tiene idea, pero le gustaría ser emprendedor, un 34.3% tiene una idea y desea ponerla en marcha, un 14.7% tiene un emprendimiento en la actualidad, un 7.2% tuvo un emprendimiento y no obtuvo los resultados esperados, y un 5.6% no desea realizar un emprendimiento y ser emprendedor en este momento, un indicador es que existe la inquietud, las ganas en los jóvenes universitarios de la ciudad de Los Mochis de desarrollar la creatividad y la confianza en sí mismo, y esta se debería atender en las aulas de su universidad, ser parte de su formación académica.

Entre las principales habilidades que debe poseer un emprendedor un 40.2% son el liderazgo, trabajo en equipo y capacidad de negociación y las menos importantes con un 2% inteligencia emocional, gestión del tiempo y gestión de

cambio, mismas que se trabajan con un esfuerzo permanente en el cumplimiento de sus objetivos respecto al emprendimiento.

La variable sobre si es importante tener formación académica en la universidad para emprender como se muestra en la Figura 2:

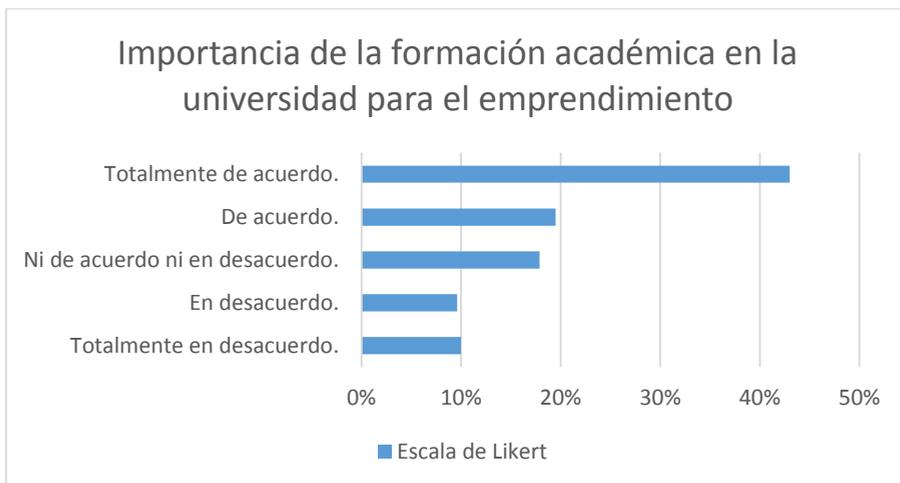


Figura 2. Importancia de la formación académica en la universidad para el emprendimiento.

Un 43% está totalmente de acuerdo, coincidiendo casi la mitad de los estudiantes universitarios encuestados, un 19.5% de acuerdo con tener formación académica en la universidad para emprender, un 17.9% ni de acuerdo, ni en desacuerdo y a la par con 10 y 9.6% totalmente en desacuerdo.

Las razones del porque no se imparte formación académica proviene de dos grandes problemas la falta de tiempo y recursos para desarrollar un programa que incluya aspectos de emprendimiento, las limitaciones estructurales en los sistemas educativos, la dificultad para evaluar el emprendimiento como recurso educativo y vital en los estudiantes universitarios, la falta de claridad al momento de definirlo y el miedo de los docentes y personal de las instituciones educativas de comercializar demasiado la educación.

A continuación, se presenta la Figura 3 con los indicadores si los estudiantes universitarios se consideran con espíritu emprendedor.

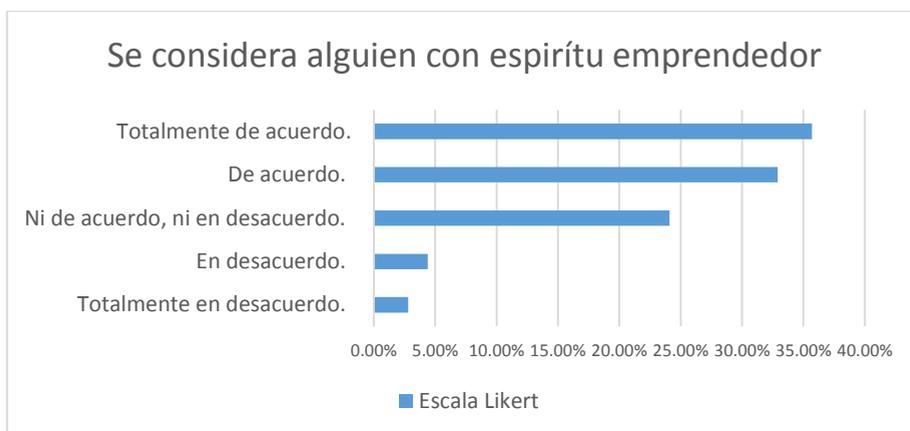


Figura 3. Se considera alguien con espíritu emprendedor.

Un 68.6% de los universitarios encuestados está totalmente de acuerdo con que se consideran con espíritu emprendedor y tan solo el 2.8% en total desacuerdo. La oportunidad de hacer el cambio está presente, de adquirir habilidades transversales, se necesita un enfoque diferente y arriba de la media se considera alguien con espíritu emprendedor.

Tabla 2. Variables emprendimiento

Variables	Indicadores	Porcentajes
Motivos para ser emprendedor.	No quiero tener jefe.	16.9%
	Tengo una idea innovadora que cambiará el mundo.	14.1%
	Estoy estancado y necesito seguir creciendo tanto en lo profesional como en lo personal.	25.7%
	-Contar con un sistema de apoyo que estimule el desarrollo del proyecto a emprender.	43.45%
En caso de tener un emprendimiento o el que le gustaría tener, ¿Cuál es o sería?	Sector productivo.	28.3%

Agrícola.	8.4%
Industrial.	13.1%
Servicio.	43.8%
Razón social.	6.4%

Fuente: Elaboración propia.

En la interrogante que los motiva a ser emprendedor el 43.45% considera que contar con un sistema de apoyo que estimule el desarrollo del proyecto a emprender, seguido con un 25.7% por estar estancado y necesidad de crecimiento profesional y personal, con un 16.9% el no querer tener jefe y con un 14.1% por tener una idea innovadora que cambiaría al mundo. Es con estos indicadores que nos muestran sobre el estímulo que debería impartirse en la formación de los jóvenes universitarios en la ciudad de Los Mochis para que creen un proyecto y lo complementen con sus fortalezas, puesto que en ocasiones se desea emprender y se toman ideas de emprendimiento que están en tendencias, o de temas los cuales carecemos de información y se dejan de lado en lo que son realmente buenos los jóvenes y que no se atiende y desarrolla su potencial, es aquí donde entra la relevancia de que el sistema educativo, como institución atienda estas necesidades.

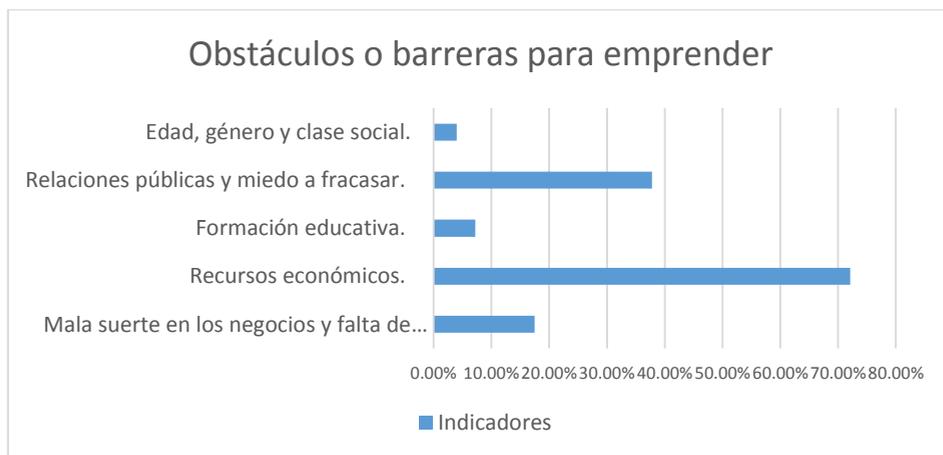


Figura 5. Obstáculos o barrera para emprender.

Entre los obstáculos a los que se enfrenta un emprendedor el 72.1% de los jóvenes universitarios de la ciudad de Los Mochis adjudica a los recursos

económicos con los que se dispone, un 37.8% por las relaciones públicas y el miedo a fracasar, un 17.5% por la mala suerte en los negocios y falta de oportunidades, en un porcentaje mínimo que es 7.2% y 4% la formación educativa y la edad, género y clase social. Como podemos apreciar los recursos económicos son relevantes para los jóvenes, un foco rojo es que la formación académica combinada con edad, género y clases sociales no presenta tanta importancia, factor que nos dice que la estabilidad económica está presente y en segunda instancia, dejando de lado lo subjetivo, es el emprendimiento como agente de cambio en la educación académica.

En cuanto al giro del emprendimiento con un 43.8% les gustaría emprender algo relacionado a ofrecer un servicio, un 28.3% ofrecer un producto, un 13.1% algo industrial, un 8.4% un emprendimiento agrícola y un 6.4% un emprendiendo con razón social.

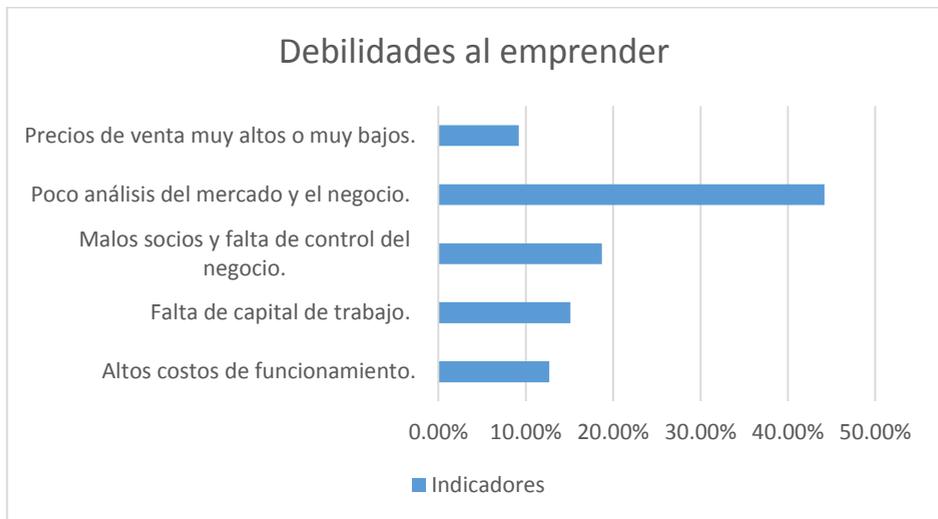


Figura 6. Debilidades al emprender.

Complementando uno de los cuestionamientos anteriores, las áreas consideradas debilidades al emprender con un 44.2% el poco o nulo análisis del mercado y el negocio, un 18.7% los malos socios y falta de control en el negocio, un 15.1% la falta de capital de trabajo, un 12.7% considera los altos costos de funcionamiento y un 9.2% los precios de venta muy altos o muy bajos en los cuales se sacrifica los costos de producción.

CONCLUSIONES

Después de mostrar los resultados de la investigación, se presentan las conclusiones a las que se llegaron, mismas que fueron obtenidas a través de las diferentes herramientas de investigación; y que tienen por objeto determinar el espíritu emprendedor de los universitarios en los Mochis.

Tras el trabajo de investigación, se generó un cúmulo de conocimiento en relación a las variables que se presentan tales como la importancia de la formación académica en las universidades, si la población universitaria encuestada se considera con espíritu emprendedor, los aspectos clave de motivación para ser emprendedor, las principales barreras a las que se enfrentan los emprendedores así como las principales debilidades en el emprendimiento y por último en caso de tener un emprendimiento o el que le gustaría tener, cual sería, dato importante que en esta última variable el mayor porcentaje se centró en el sector de servicios.

Se cumplió el objetivo general de la investigación, el cual es identificar que los jóvenes universitarios no sólo aspiran a ser profesionales, sino que también tienen espíritu emprendedor, el ideal del universitario consiste en llegar a ser un ciudadano consciente de su responsabilidad con él mismo y con la sociedad, como afirmó el filósofo David Pastor Vico (2019).

El emprendimiento constituye un tema de especial trascendencia para aquellos en quienes recae la toma de decisiones y para la sociedad en general, consecuencia de la situación del mercado de trabajo caracterizada por la insuficiente oferta de puestos laborales y la elevada demanda por fuentes de empleo, contrastando con los resultados sobre las barreras a las que se enfrentan los jóvenes universitarios al momento de emprender como lo son las relaciones públicas y miedo a fracasar, desde el punto de vista de Moreno, et al, (2017) le corresponde a la universidad un rol importante a la hora de impulsar el emprendimiento social.

Dos puntos centrales que nos arrojan los resultados y que son determinantes es la importancia de incentivar el emprendimiento a temprana edad en los estudiantes para fortalecer sus diferentes habilidades, la clave sería renovar el sistema educativo que integre un programa u horas de clase en las que se aborde la creatividad, desarrollo personal, el liderazgo, entrenar la flexibilidad y la manera de adaptación al cambio, para seguir creciendo en el terreno personal o profesional y en el espíritu emprendedor de los jóvenes universitarios de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa. Segundo punto es por qué los jóvenes no potencializan sus habilidades y destrezas, en campos que son fuertes y que tienen conocimiento de temas de interés, la propuesta es que se focalice todos esos esfuerzos para

llegar al cumplimiento de los objetivos personales y profesionales de los emprendedores.

La experiencia generada en la presente investigación fue de afirmación con las variables que se planearon, puesto que los universitarios de las distintas casas de estudio de Los Mochis manifiestan un gran entusiasmo por emprender y que además están conscientes de la importancia de la formación profesional para minimizar los riesgos propios que implica esta actividad, sin embargo existen muchos retos que los estudiantes deben de afrontar fuera de las aulas derivado de factores económicos, sociales, culturales y políticos. En primer lugar, los altos niveles de desempleo en los recién egresados, y la baja calidad en relación a los sueldos de los empleos existentes en la localidad. En segundo lugar, la baja promoción de apoyos económico por parte de las instituciones gubernamentales de fomento económico lo que dificulta el proceso de obtención del recurso económico, y su acompañamiento en todas las etapas del proyecto de inversión. Por último considerar que año tras año cientos de egresados salen de las universidades y requieren insertarse en el sector productivo o en su defecto emprender un negocio, es por ello que la academia tiene que vincularse con mucha intensidad con el mercado laboral para detectar las necesidades de las unidades económicas pero también considerar que los contenidos académicos sirvan de base estructural a los futuros emprendedores consientes de la competitividad imperante en el mercado, y teniendo la firme idea que sólo esto es posible si se forma un espíritu emprendedor en los estudiantes.

LITERATURA CITADA

- Alemaný, L., Alvarez, C., Planellas, M., y Urbano D., (2011), *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. ESADE, Entrepreneurship Institute (Barcelona).
- Corredor, D. Y. (2007). *Hacia un modelo de emprendimiento universitario*. Apuntes del CENES, 27 (43), 275-292
- Cronbach, L. J. (1960). (2nd ed.). Harper.
- Datamexico. (2020). Obtenido de <https://datamexico.org/es/profile/geo/ahome>
- Drucker, P. (1998). *Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información, la Economía y la Sociedad*. Bogotá: Editora Norma.
- García-García, V. D. (2015). *Emprendimiento Empresarial Juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 1221-1236.

- Galindo, R., y Echeverría, M. V., (2011), *Diagnóstico de la Cultura Emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquía*, Revista EIA, No. 15, p. 85-94.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA. Rivadavia.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación 6 ta. edición*. CDMX: Mc Graw Hill.
- INEGI (2014). *Panorámica de la población joven en México desde la perspectiva de su condición de actividad*. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía
- Kantis, H. (2010). *Aportes para el diseño de políticas integrales de desarrollo emprendedor en América Latina*. Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Moreno Zahira; Parra, Margel; Villasmil, Milagros; Hernandez, Beatriz & Duran, Sonia (2017), *Importancia del Pensamiento Estratégico y Acciones Estratégicas para impulsar el emprendimiento social en las universidades venezolanas*. Revista Espacios, Vol. 38 (45)
- Majmud, P 2013. *La capacidad Emprendedora* [consulta 2 Nov 2016]. Disponible en:
<http://www.redemprendimiento.inacap.cl/columna-docente/2013/10/la-capacidad-emprendedora/>
- Ocde (2014). *Panorama del empleo Ocde*. Recuperado el 30 de marzo de 2015, de: <http://www.oecd.org/centrodemexico/estadisticas/>
- Pastor Vico, D. (2019, 1 agosto). *¿Qué es ser universitario?* Gaceta. <https://gaceta.facmed.unam.mx/index.php/2019/08/01/que-es-ser-universitario>
- Schumpeter, J.A., (1997), *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica (México).
- Stuart, T. E., & Ding, W. W. (2006). *When do scientists become entrepreneurs? The social structural antecedents of commercial activity in the academic life sciences*. American Journal of Sociology, 112(1), 97-144.
- Timmons, J., Zacharakis, A. & Spinelli S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: Mc Graw Hill.
- Willian Materano (2007). *Desarrollo de la cultura del emprendimiento empresarial en la carrera de ingeniería agrícola*. Julio de 2007. Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0078105/intro.pdf>

Westlund, H. (2010). *Multidimensional entrepreneurship: Theoretical considerations and Swedish empirics*. 50th Congress of the European Regional Science Association: "Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy", (pp. 19-23). Jönköping, Sweden

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar el más profundo agradecimiento a todos los que han participado en la realización de este trabajo de investigación. En primer lugar, a Dios por su presencia en momentos difíciles, por iluminar siempre mi camino y poner los medios para lograr cada una de las metas propuestas. Al grupo de apoyo (Diana y Yesenia) por su dedicación y compromiso.

SÍNTESIS CURRICULAR

Gustavo Fabián Pérez Álvarez

Ingeniero Industrial con especialidad en Emprendimiento del TECNM Campus Los Mochis, Maestro en Administración en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Occidente Unidad Regional Los Mochis (UAdeO) y Doctor en Economía y Negocios Internacionales con Mención Honorífica por la Universidad Autónoma Indígena de México, Docente en áreas del comercio y administración y Consultor empresarial.

En el ámbito Educativo se cuenta con una trayectoria con más de 12 años de experiencia en los diferentes programas educativos, desde nivel media superior, profesional y posgrado. En la iniciativa privada se ha tenido la oportunidad de laborar para las unidades económicas por más de 15 años a nivel ejecutivo.

Iván Noel Álvarez Sánchez

Dr. En ciencias Administrativas por la universidad de occidente, profesor investigador en la Universidad Autónoma Indígena de México.

orcid.org/0000-0002-8819-5310, Web of Science Researcher ID P-7530-2018

Miriam Aracely Pérez Barraza

Licenciada en Mercadotecnia por la Universidad de Occidente Campus Los Mochis al mismo tiempo realizó sus estudios de Nivelación Pedagógica en el Centro de Actualización del Magisterio (CAM), Maestra en Administración en Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Occidente Unidad Regional Los Mochis (UAdeO), en el sector privado ha tenido la oportunidad de laborar para empresas como Bebidas Purificadas S. A. de C. V. “PEPSI” en la ciudad de Los Mochis, donde se desarrolló en el área de Ventas especialmente como Gerente de Mercadotecnia. En el ámbito Educativo cuenta con una amplia trayectoria con más de 15 años de experiencia, en los diferentes programas educativos, desde nivel media superior, profesional y posgrado tanto en Universidades Públicas como UAdeO, UAIM y UAS, así como en Universidades Privadas como UAD, UNIVAFU entre otras. Coordinadora de la Licenciatura en Mercadotecnia y docente en UANEG-UAS.