

IDENTIFICACIÓN DE ANTECEDENTES FAMILIARES DE EMPRENDIMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA DECISIÓN DE EMPRENDER

A.Y. Aguilar Villarreal¹

A. Vargas Moreno²

L.G Hernández Landa³

M. Á. Lugo Herrera⁴

RESUMEN

El espíritu emprendedor tiene un efecto positivo en los estudiantes y en el desarrollo de un país, ya que permite una alta competitividad e incrementa la calidad de vida de sus habitantes. La presente investigación se centró en determinar cuáles son los factores y antecedentes familiares que generan un mayor impacto en los alumnos que deciden emprender. El desarrollo de este trabajo se realizó mediante un estudio de dos poblaciones objetivo diferentes, la primera población pertenece a estudiantes vigentes de Ingeniero Industrial Administrador y la segunda población, egresados de la misma licenciatura, esto con el objetivo de realizar un estudio comparativo entre ambas poblaciones y determinar los factores y antecedentes familiares que tienen impacto en la incidencia de emprender. Se diseñó un instrumento de medición para recopilar información, los resultados revelaron que existe una transformación, dado que se genera una tendencia para emprender desde una edad temprana, siendo el principal factor, su independencia laboral. Los estudiantes consideran que la experiencia emprendedora adquirida de sus padres es vital y marca una pauta, a diferencia de los egresados que centran su decisión en la experiencia obtenida en el trabajo previamente realizado. De acuerdo con los resultados, el parentesco que genera una mayor influencia en el emprendedor, son los padres siendo un factor vital en ambos casos, principalmente, para los estudiantes en cambio para los egresados su pareja es la principal influencia para emprender.

ANTECEDENTES

Los resultados de estudios recientes demuestran que existe una serie de factores y motivaciones que afectan significativamente el tomar la iniciativa de una actividad emprendedora, haciendo hincapié en los antecedentes familiares.

Morris (1998:68) plantea que los antecedentes familiares son muy importantes, y que una vida personal con experiencia familiar autoritaria de parte de los progenitores impulsa al emprendimiento, en tanto que una familia unida, paternalista, proteccionista, influye en que exista un nivel muy bajo de emprendimiento. Otro elemento importante, son los motivos relacionados a emprender un micro negocio familiar, como se muestra en el estudio realizado en México a través del análisis descriptivo, en donde se indica que los principales motivos que tienen los microempresarios para iniciar o emprender un micronegocio familiar son mejorar y complementar el ingreso familiar.

¹Subdirectora de Relaciones Públicas. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias Químicas. arlethe17@gmail.com

²Directora. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias Químicas. argelia.vargasm@gmail.com

³Profesor Investigador Tiempo Completo. Ingeniero Industrial Administrador. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias Químicas. leogabrielhdz@gmail.com

⁴Estudiante de Ingeniero Industrial Administrador. Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias Químicas. maria.lugo1023@gmail.com

Se destaca que el 8.8% argumenta que no necesitó algún tipo de financiamiento, ya que, sus ahorros personales le permitieron emprender su propio negocio familiar. La mayor parte de los microempresarios encuestados parece tener una percepción positiva acerca de continuar con el micronegocio familiar (94.8%). Así mismo, en el estudio se mencionan los principales motivos que orientan a las personas para iniciar un micronegocio, pues se observa que aquellas que heredan el negocio son menos propensas a iniciar otro micronegocio, ya que, por tradición familiar, se encuentran laborando en éste. Esto quiere decir que, si un individuo pertenece a esta categoría, su oportunidad de crear o emprender un micronegocio es en promedio 3.25 % menor que si no lo hubiera heredado.

Además, aquellas personas que no cuentan con experiencia no serán capaces de iniciar una asociación en los diferentes tipos de micronegocio, ya que, su oportunidad para emprender es 66.8 % menos; sin embargo, al estar sobre capacitado, la oportunidad de crearlo es 3.40 veces más alta (Alvarado, Ortiz y Morales, 2018).

Gutiérrez (2011) encuentra que, la influencia de la tradición familiar y empresarial puede tener un peso diferente de acuerdo con la zona demográfica analizada. A su vez el concepto de emprendimiento se ve afectado por el ámbito universitario por ejemplo en Nayarit México un 26.17% y en Puerto Rico un 35.9%. Sin embargo, concluyen que los antecedentes familiares de empresarios no influyen de manera significativa con respecto a la intención de crear una empresa.

La profesión de los padres no tiene un valor significativo en la creación de empresas por parte de los estudiantes. De acuerdo con el análisis de Herdjiono et al. (2017), el entorno familiar, el autoconcepto, la motivación y la prospección al tomar riesgos, tiene una importancia significativa en un emprendedor. El ambiente familiar incentiva en gran medida a los estudiantes en el inicio del emprendimiento. A su vez, el autoconcepto hace que una persona reconozca las oportunidades y el ambiente comercial de una manera más sencilla.

En el estudio realizado por miembros de Institute of Business Management Sciences, se concluyó que las actividades de gestión, el tamaño de la empresa, la participación personal y las personas de más edad tienen un gran impacto en el éxito de una empresa. En este estudio muchos empresarios se mostraron satisfechos con el desempeño de sus empresas familiares y adoptaron a miembros de la familia para la expansión empresarial.

Las personas más educadas y capacitadas que participan en el negocio ocupan una mejor posición para garantizar el éxito de las empresas familiares a largo plazo. Finalmente, determinaron que las características familiares tienen un impacto positivo o negativo en el éxito de una empresa familiar. Las características de la familia y los negocios tienen un impacto significativo en el éxito de una empresa (edad, actividades administrativas, tamaño de la empresa, problemas de negocios y participación personal) y no significativos (género, educación, apoyo comunitario, experiencia laboral, disponibilidad de financiamiento).

METODOLOGÍA

Dado que el propósito principal del presente trabajo de investigación es obtener los resultados a través de términos cuantitativos, se realizó un estudio descriptivo y se determinó el análisis de dos poblaciones con el objetivo de realizar un estudio comparativo. La primera es el

conjunto de estudiantes vigentes quienes cursan actualmente los semestres terminales de su formación universitaria en el programa educativo de Ingeniero Industrial Administrador en la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad Autónoma de Nuevo León, y la segunda población abarca a los egresados de diferentes generaciones de la misma carrera que cursaron sus estudios universitarios en la misma institución, quienes concluyeron su carrera entre 3 y 10 años atrás.

Se procedió a recolectar la información de contacto de cada uno de los estudiantes y egresados, se diseñó un instrumento de medición, posteriormente, se realizó la aplicación del instrumento de medición por muestreo a ambas poblaciones perfectamente definidas. La aplicación del instrumento de medición se efectuó por medios electrónicos para ambas poblaciones.

A continuación, en la Figura 1 se muestra un segmento de la sección inicial del instrumento de medición aplicado a estudiantes.

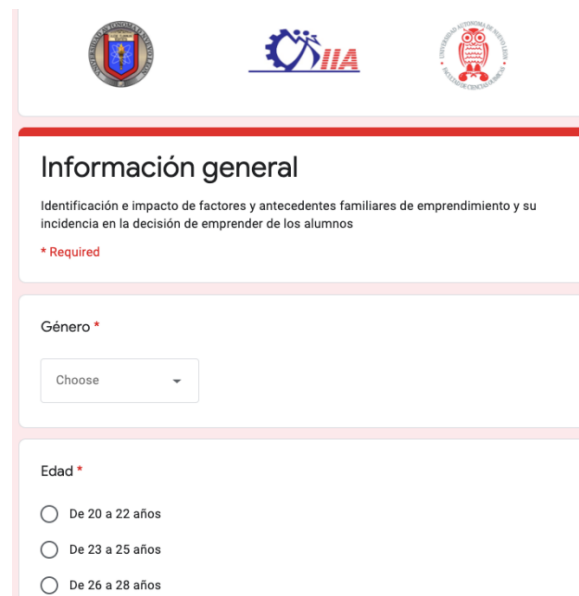


Figura 1. Instrumento de medición diseñado para aplicar a la población estudiantil.
Elaboración propia

El instrumento de medición que fue aplicado se dividió en diferentes secciones, tal como:

- Datos demográficos: edad, género, grado de estudios, estado civil, etc.
- Datos relacionados a su experiencia laboral actual y previa
- Datos referentes a las relaciones familiares y como influyeron en su decisión de emprender, datos relacionados con el negocio familiar
- Definir las motivaciones que los llevaron a emprender

A través de la aplicación del instrumento de medición se logró obtener una gran cantidad de información, considerando que el llenado fue totalmente anónimo y libre de presión, esto con

el objetivo de obtener los datos reales de ambas poblaciones.

El tamaño de la muestra determinado para cada población de egresados y estudiantes se muestra en la Tabla 1, la cual representa la muestra poblacional no probabilística de estudiantes y egresados encuestados para los fines de este estudio descriptivo.

Tabla. 1 comparación de la distribución del número de participantes en ambas muestras poblacionales

	Estudiantes	Egresados	Total
Participantes encuestados	81	100	181

Nota Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 2 se muestra la distribución de número de personas por género de ambas muestras poblacionales encuestadas, lo cual representa una participación del total de mujeres (estudiantes y egresadas) del 45.30% y de hombres (estudiantes y egresados) del 54.69%.

Tabla 2. Distribución de número de personas por género de ambas muestras poblacionales encuestadas

	Estudiantes	Egresados	Total
Mujeres	36	46	82
Hombres	45	54	99

Nota Fuente: Elaboración propia

La información de la participación total porcentual segmentada por género se representa en la Figura 2 que se presenta a continuación:

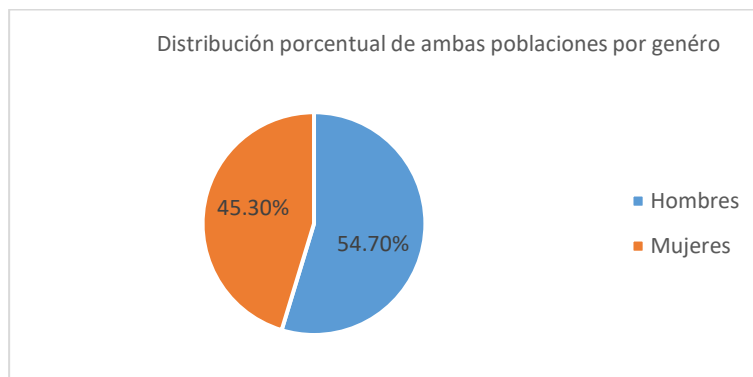


Figura 2. Aplicación del instrumento de medición a la población total dividida por género. Elaboración propia

La secuencia de los resultados obtenidos, surge con el análisis de la información general de los encuestados, seguido de la revisión de los factores clave que inciden en el emprendimiento. Con respecto a la edad de los encuestados, se refleja una clara tendencia en

los jóvenes, ya que, en egresados el 35% se encuentra en un rango de 25 a 28 años, mientras que, en estudiantes la mayoría está entre los 20 a 22 años (85%).

El estado civil de la gran mayoría de los encuestados es soltero, siendo este elemento la representación de un 98 % en estudiantes y 68 % en egresados. En formación académica sólo el 17 % de los egresados concluyó un grado de maestría y la mayoría de los estudiantes se encuentran realizando sus prácticas profesionales (62 %). El 11% de los estudiantes ya ha conseguido empleo en una organización y es empleado en esa misma empresa.

En total solo el 15% de los encuestados totales (egresados y estudiantes) cuentan con negocio propio, distribuidos en 9 estudiantes y 18 egresados. Casi una quinta parte de los egresados cuenta con un negocio (17 %), mientras que, en los estudiantes es reflejado con una décima parte (11%).

En la Figura 3, se muestra la distribución de cada población de acuerdo con el número de egresados y de estudiantes que han emprendido un negocio.

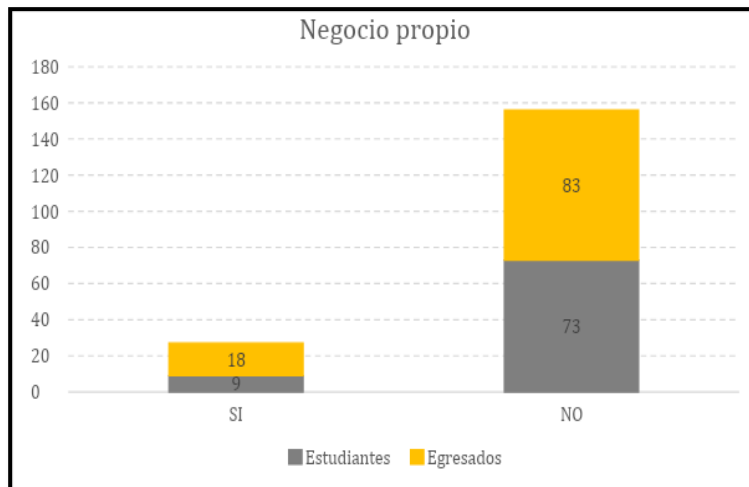


Figura 3. Población que ha emprendido en ambas poblaciones.
Elaboración propia

En el caso de la población estudiantil, la razón más importante que los motiva a emprender es buscar incrementar sus ingresos económicos, así como, invertir en un patrimonio personal que permita que sean económicamente independientes. A su vez se consideró muy importante el hecho de que se les presentó una buena oportunidad de negocio. Además, se destaca el hecho que fue poco importante la influencia de querer emprender con el objetivo de ejercer la carrera. A continuación, se muestra la Figura 4, en donde se detalla algunas de las motivaciones que expresaron los estudiantes sobre los factores que los llevó a emprender.

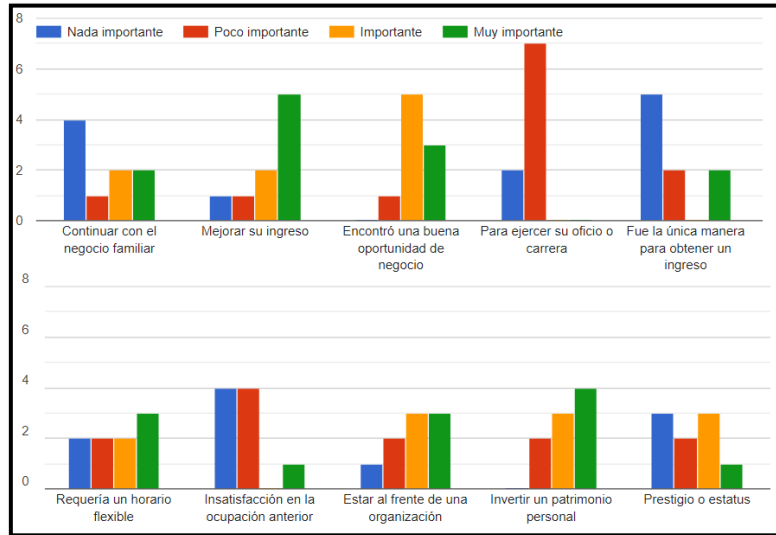


Figura 4. Grado de importancia de los factores de emprendimiento en estudiantes.
Elaboración propia

Al igual que los estudiantes, los egresados también consideran que la razón más importante que los motivó a emprender fue el buscar incrementar sus ingresos económicos, así como, invertir en un patrimonio personal que les permita que sean económicamente independientes.

Sin embargo, los egresados, además, de expresar esos motivadores, agregaron que es muy importante para ellos, el tener un horario flexible, además, de estar al frente de una organización y que mejor que una organización propia. Determinaron que no conseguir trabajo no influyó en nada en su decisión de emprender un negocio. En la Figura 5 se muestran los factores que motivaron a los egresados a emprender y su grado de importancia.

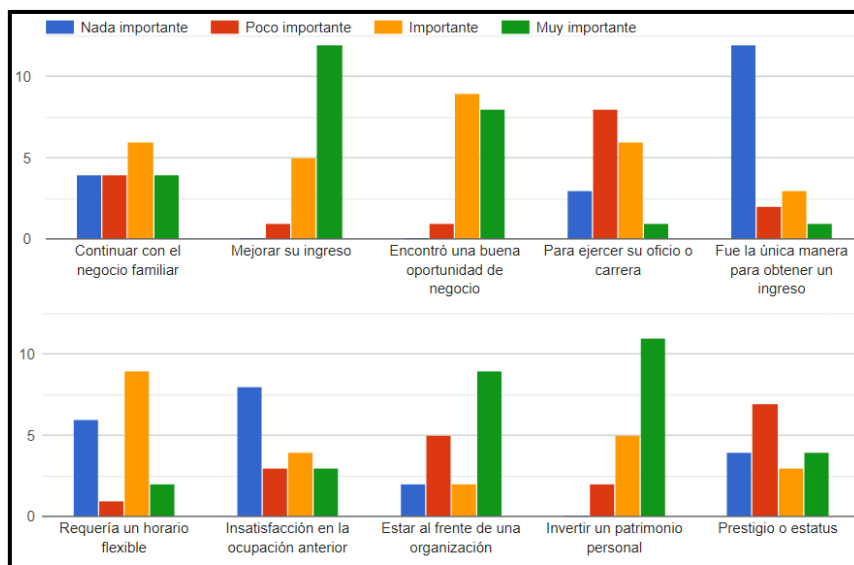


Figura 5. Grado de importancia de los factores de emprendimiento en egresados.
Elaboración propia

La experiencia profesional acumulada fue un factor influyente en el caso de los egresados, ya que la gran mayoría espero al menos un año después de egresar de su carrera para emprender su negocio. A diferencia de la población estudiantil quienes muestran un interés mayor por emprender que por trabajar y adquirir experiencia. En la figura # 6 se puede observar el tiempo de experiencia profesional que motivó a cada población a adquirir experiencia antes de emprender.



Figura # 6. Distribución de la población de acuerdo a sus años experiencia profesional
Elaboración propia

RESULTADOS

Una vez que se revisaron los resultados, se determinó que uno de los factores a considerar dentro del presente estudio, es un factor que repercute en la toma de decisión de emprender, definitivamente es la formación de los padres del emprendedor como el nivel socioeconómico al cual pertenecen, con el fin de conocer la tendencia del total de emprendedores, a continuación se muestra la información del nivel de formación y socioeconómico de los padres de quienes decidieron emprender, en donde se encuentra que la mayoría de los padres pertenecen a un nivel socioeconómico medio y concluyeron su formación universitaria a nivel licenciatura. En la tabla 3 se señala únicamente el sector de estudiantes y egresados que decidió emprender.

Tabla 3. Distribución de nivel socioeconómico y de formación de los padres de los estudiantes y egresados emprendedores

		Estudiantes	Egresados	
Nivel de formación padre	Primaria	0	0	0
	Secundaria	4	2	6
	Bachillerato	1	4	5
	Licenciatura	3	10	13
	Maestría	1	2	3
TOTAL		9	18	27
Nivel de formación de su madre	Primaria	2	1	3
	Secundaria	0	0	0
	Bachillerato	1	5	6
	Técnica	1	0	1
	licenciatura	5	9	14
Maestría	0	3	3	
TOTAL		9	18	27
Nivel socioeconómico	Bajo	0	0	0
	Medio	9	16	25
	Alto	0	2	2
	TOTAL	9	18	27

Nota Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 4 se describe una comparación de los resultados obtenidos de ambas poblaciones, los cuales no cuentan con un negocio propio, sin embargo, al preguntar sobre si les gustaría emprender en un futuro, la respuesta fue una respuesta positiva, las preguntas fueron las mismas respecto a las personas que ya cuentan con un negocio, con el fin de comparar la tendencia de respuestas en ambas poblaciones.

Tabla 4. Distribución de la comparación de resultados entre estudiantes y egresados que no han emprendido

COMPARACIÓN DE RESULTADOS ENTRE ESTUDIANTES Y EGRESADOS				
Factor	Respuestas	Estudiantes	Egresados	Total
¿Le gustaría emprender en algún tiempo?	Si	65 (89%)	77 (92.8%)	142
	No	8 (11%)	6 (7.2%)	14
En caso de emprender en un futuro, ¿A qué sector estaría dirigido su negocio?	Manufactura	19 (26%)	11 (13.3%)	30
	Comercio	26 (35.6%)	35 (42.2%)	61
	Servicios	28 (38.4%)	37 (44.6%)	65
¿Cuál es el principal motivo de la creación de una empresa?	Por necesidad	7 (9.6%)	7 (8.4%)	14
	Por desarrollo profesional	28 (38.4%)	22 (26.5%)	50
	Por explotar una oportunidad de negocio	33 (45.2%)	50 (60.2%)	83
	Otros	5 (6.8%)	4 (4.8%)	9
¿Cuál parentesco considera que tiene mayor influencia a la hora de emprender?	Padres	33 (45.2%)	29 (34.9%)	62
	Hermanos	8 (11%)	3 (3.6%)	11
	Pareja	7 (9.6%)	32 (38.6%)	39
	Amigos	20 (27.4%)	16 (19.3%)	36
	Otros	5 (6.8%)	3 (3.6%)	8
¿Cuál experiencia considera que es de mayor importancia al momento de emprender el negocio?	La obtenida de mis padres	14 (19.2%)	13 (15.7%)	27
	La obtenida de mis docentes	7 (9.6%)	6 (7.2%)	13
	La obtenida de mi trabajo	44 (60.3%)	58 (69.9%)	102
	La obtenida de mis amigos	5 (6.8%)	2 (2.4%)	7
	Otros	3 (4.1%)	4 (4.8%)	7
¿Cuál considera que es la principal fuente de financiamiento al momento de emprender?	Familiares	4 (5.5%)	6 (7.2%)	10
	Ahorros	43 (58.9%)	37 (44.6%)	80
	Crédito bancario	26 (35.6%)	37 (44.6%)	63
	Otros	-	3 (3.6%)	3
¿Cuál es el nivel de formación de su padre?	Secundaria	12 (16.4%)	16 (19.3%)	28
	Bachillerato	16 (21.9%)	20 (24.1%)	36
	Licenciatura	35 (47.9%)	33 (39.8%)	68
	Maestría	7 (9.6%)	7 (8.4%)	14
	Otros	3 (4.2%)	7 (8.4%)	10
¿Cuál es el grado de formación de su madre?	Secundaria	11 (15.1%)	17 (20.5%)	28
	Bachillerato	27 (37%)	26 (31.3%)	53
	Licenciatura	21 (28.8%)	27 (32.5%)	48
	Maestría	5 (6.8%)	4 (4.8%)	9
	Otros	9 (12.3%)	9 (10.8%)	18
¿A qué nivel socio económico pertenece su familia?	Alto	2 (2.7%)	1 (1.2%)	3
	Medio	67 (91.8%)	78 (94.0%)	145
	Bajo	4 (5.5%)	4 (4.8%)	8
Actualmente, su familia cuenta con un negocio familiar	Si	58 (79.5%)	30 (36.1%)	88
	No	15 (20.5%)	53 (63.9%)	68

CONCLUSIONES

Es un hecho que es bajo el porcentaje de jóvenes y egresados que deciden emprender, debido a diversos factores. Después de realizar el presente estudio, se logró identificar una perspectiva diferente que motiva y lleva a la decisión de emprender en ambas poblaciones

que coinciden en su formación profesional, ya que son estudiantes o egresados de la carrera de Ingeniero Industrial Administrador de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En ambos casos del total de la población, el principal motivo de creación de una empresa recae en explotar una oportunidad de negocio y la búsqueda de independencia económica. Destacamos que, para los estudiantes, el parentesco con mayor influencia a la hora de emprender son los padres y la pareja para los egresados, la experiencia con mayor influencia es la del trabajo anterior en donde logran conocer el negocio y desarrollar su experiencia antes de emprender. Cabe señalar que, la principal fuente de financiamiento del emprendedor es el ahorro personal. Analizando la formación académica de ambos padres, en su mayoría radica en la licenciatura y el nivel socio económico de la mayoría es medio.

En el aspecto de antecedentes familiares del total de la población, se concluyó que tanto estudiantes como egresados del grupo analizado que ya cuentan con un negocio, la mayoría tiene un familiar emprendedor, sin embargo, para los futuros emprendedores a pesar de que la respuesta fue similar la diferencia radica en que la mayoría corresponde a los estudiantes en comparación a los egresados. Además, cabe mencionar que, el negocio de los futuros emprendedores en su mayoría está enfocado a servicios, caso contrario de los que ya cuentan con un negocio.

Los estudiantes que a pesar de cursar materias relacionadas con el emprendimiento e incluso con un poco de experiencia laboral, se limitan a conseguir un trabajo estable más que decidir emprender, esto debido al miedo de que no resulte el negocio, pierdan tiempo valioso para seguir obteniendo experiencia laboral, entre otros factores. Los pocos estudiantes que optan por iniciar un negocio son porque cuentan con apoyo de algún familiar, ya sea que, el familiar cuente con un negocio propio o también tenga intenciones de emprender, la familia es un pilar vital para que el estudiante opte por iniciar un negocio, ya que, si bien está preparado profesionalmente y cuenta con los conocimientos necesarios, no cuenta con alguien que lo motive o lo aconseje para iniciar un negocio. Los estudiantes emprenden porque buscan tener un mayor ingreso, y para realizar esto tratan de aprovechar buenas oportunidades de negocio, entre las que destacan las relacionadas a la industria del comercio.

Los egresados tienen una perspectiva diferente a la hora de emprender, dado que, ellos cuentan con una experiencia laboral mayor que la de los estudiantes y considerando que el nivel de exigencia es mayor al ser empleados, buscan mayores oportunidades de crecimiento, y no solamente pertenecer a una empresa por siempre. Los egresados buscan ampliar sus horizontes y obtener ventajas económicas de ello.

Algunas de las conclusiones obtenidas a través de este estudio son: que los egresados buscan tener una mayor remuneración económica para poder invertir en cosas personales y lograr una mayor independencia económica, además de lograr tener un horario flexible, ya que, buscan diversificar sus actividades y vivir en un equilibrio que les permita desarrollar actividades complementarias y de recreación.

La familia siempre juega un rol importante a la hora de emprender, ya que, siempre es el pilar que nos apoya y nos respalda en los proyectos que realizamos, además, de la familia, los egresados también señalaron que tuvieron otro apoyo y respaldo para emprender, su pareja;

si bien es cierto que, a mayor edad, la tendencia es tener relaciones personales estables en donde se busca desarrollar nuevos proyectos en unidad con la pareja y que esta nos apoye a emprender, es un punto muy importante en este caso para los egresados.

Emprender es algo que tiene relación principalmente con la mentalidad y visión de las personas, los apoyos, tanto económicos, sociales y motivacionales que puedan tener, además de las oportunidades que se puedan presentarse en el mercado.

A pesar del hecho de que pocas personas en general emprenden y deciden incursionar en iniciar su propio negocio, el 91% de la población total que participó en este estudio expresó que les gustaría emprender por los motivos anteriormente expuestos, como mayor ingreso económico, mayor estabilidad e independencia económica. La gran mayoría optó por los mercados de comercio y de servicios y, la principal razón para llevar a cabo el negocio es que desean aprovechar una oportunidad de negocios. Se determinó que la influencia de los padres y amigos tienen mayor impacto en los estudiantes, mientras que en los egresados emprendedores resultan motivados por su pareja.

En ambos grupos se concluyó que la mejor forma de obtener experiencia para llevar a cabo un negocio propio es en el trabajo previo, ya que permite adquirir experiencia laboral. Además, es importante señalar que, en la mayoría de los casos emprendedores, la principal fuente de financiamiento con la cual se sustentó el inicio del negocio es a través del ahorro personal y crédito bancario. De todas las personas que actualmente no tienen ningún negocio, el 56% tienen por lo menos un familiar que actualmente tiene negocio propio.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, E., Ortiz, J. y Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento. *Revista de Economía del Rosario*, Vol. 21(1), pp. 153-180. Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/economia/article/view/6816>
- Gutiérrez, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: Educando para el futuro. *Revista Retos*, volumen 2(1), pp. 49-68. Recuperado de: <https://www.coursehero.com/file/47797453/Dialnet-EducacionEmprendedoraEnLaUniversidad-5967006pdf/>
- Herdjiono, I., Puspa, Y., Maulany, G., & Aldy, B. (2017). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, volume 5. Recuperado de: https://ijek.org/files/IJEK_2-2017v5/IJEK-2-2017,v.5_herdjiono,i.puspa,y,h.maulany,g.aldy,b.e..pdf
- López, G., Gómez, J. y Haro, J. (9 de octubre de 2012). *La Influencia de los Antecedentes Familiares en la Actitud Emprendedora de los Estudiantes Universitarios y Empresarios de Nayarit*. Ponencia presentada en la XIII Asamblea General de Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC). Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiii/ponencias/administracion/AD_24.pdf

Secretaría de Economía y Trabajo (2019). *DATA Nuevo León*. Recuperado de:
<http://datos.nl.gob.mx/>