

Capítulo 7. La relación que existe entre la formación académica y la necesidad de emprender en la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas.

Emma Ibeth García Hernández

Victor Oscar Briceño Aguilar

Felicita Rodríguez Fernández

Ramiro Ibarra Pérez

Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte

<https://doi.org/10.46990/iQuatro.2023.14.5.7>

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar los motivos principales de las personas fundadoras de la MiPymes de la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas, para tomar la decisión de emprender su propio negocio y si su formación profesional tiene relación con esta decisión. Para esto se aplicó una encuesta y, con la información obtenida, se realizó un análisis ANOVA de un factor. Colaboraron alumnos y maestros de la carrera de Procesos Industriales de la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. Se apreciaron motivaciones tales como superación personal y que el sueldo no era competitivo en el anterior trabajo.

Palabras clave

Formación académica, MiPymes, motivación

Introducción

La importancia de la MiPymes es fundamental en la economía del país, ya que esta aporta al producto interno bruto (PIB); de esta manera, genera empleos y moviliza la economía. Según INEGI (2022). En el segundo trimestre del 2022, la tasa de participación laboral en Tamaulipas fue del 60.9%; lo que implicó un aumento de 1.28 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior (59.6%). Ahora bien, la tasa de desocupación fue de 3.42% (57k personas), lo que implicó una disminución de 0.35 puntos porcentuales respecto al trimestre anterior (3.78%).

Cabe destacar que, las MiPymes nace de la necesidad de auto emplearse, y que con ello se pueda generar ingresos para el sustento familiar; dicho de otra manera, surge a partir de una necesidad y un objetivo específico. En este trabajo se abordará y analizara las principales motivaciones del emprendedor para la creación de su empresa, destacando su formación profesional tiene una relación; es decir, si el tener un nivel de licenciatura a maestría es un factor importante para creación de MiPymes en la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas.

Chiriboga et al., (2016) afirma que el emprendedor posee características que le facilitan no solo emprender, sino también hacerlo con éxito, es alguien capaz de detectar oportunidades, necesidades y crear organizaciones para satisfacerlas. Por otra parte, Bhola et al (2006) señala que los emprendedores por oportunidad si se caracterizan por tener un mayor nivel educacional, ya que, para poder explotar una oportunidad de mercado, la persona debe tener la habilidad de descubrirla o reconocer tal oportunidad, lo cual debiese estar relacionado a su capital humano. En otras palabras, se puede esperar que las personas con mayor nivel de educación profesional estén más preparadas para el reto de emprender ya que pueden identificar necesidades, el objetivo principal de este estudio es determinar si realmente si existe una relación emprendimiento-preparación profesional.

La motivación

Según Davis (2012) los motivos son expresiones de las necesidades de una persona; en consecuencia, son personales e internos. Motivación es la necesidad o impulso interno de un individuo que lo mueve hacia la acción orientada a un objetivo.

De acuerdo con la teoría de motivación-higiene de Herzberg, también llamada teoría de dos factores de Frederick Herzberg se catalogó varias necesidades de los individuos en dos grupos: factores de higiene o llamadas también “di satisfactores” y motivaciones a los que llamo “satisfactores” (Terry & Franklin, 2012).

Tabla 7.1

Factores motivación-higiene

Grupo I-Factores de Higiene	Grupo II- Factores de motivación
Dinero y compensación	En trabajo en sí-retador
Condiciones de trabajo	Responsabilidad aumentada
Relaciones de trabajo	Oportunidad para avanzar
Estatus	Reconocimiento de la administración por un buen trabajo
Seguridad en el trabajo	Oportunidad de progreso personal
Política y administración de la compañía	
Calidad de la supervisión	

Nota. Fuente: adaptación de (Terry & Franklin, 2012, p. 384)

De manera que, la motivación es un factor importante por la que se determina el actuar de un individuo, pero sobre todo que este tenga un objetivo a cumplir en específico y que pueda satisfacer una necesidad. Ahora bien, estas motivaciones ¿cuáles son? Y estas están determinadas o marcadas por su educación.

Por su parte, Obando et al. (2008) en un estudio realizado en microempresas en Centroamérica, encuentran que la motivación principal para iniciar un negocio en dicha región es la independencia.

Ahora bien, si esto fuese el motivo principal para las micro empresas de Centroamérica, podríamos concluir que; como lo menciona Herzberg la motivación satisface la necesidad de la autonomía, competencia y logro.

Características del ser emprendedor

De manera que, la libertad de trabajar con independencia es otra recompensa del emprendimiento o espíritu emprendedor. Al igual que cualquier otro empleo o carrera, el emprendimiento provee lo necesario para satisfacer las necesidades económicas del emprendedor. Iniciar un negocio propio es una forma de ganar dinero. De hecho, algunos emprendedores ganan mucho dinero. En *The Millionaire Next Door*, Stanley y Danko llegan a la conclusión de que la gente autoempleada tiene cuatro veces más probabilidades de llegar a millonaria que quienes trabajan para otros. (Longenecker et al., 2010).

Con la afirmación de Harper (1991) citado por Alcaráz (2011) identifica al emprendedor, como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocios; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Al respecto Kaplan & Warren (2010) mencionan que; se puede concluir que los emprendedores poseen habilidades, muchas de las cuales están incrustados dentro de nosotros mismos; y que se pueden descubrir rasgos ocultos, y desarrollarlos lo suficiente como para convertirse en empresarios exitosos.

Los emprendedores actitudes, atributos y educación.

¿Los emprendedores nacen o se hacen? Por su parte, Hellriegel et al. (2009) afirma; los emprendedores no son como la mayoría de las personas, pero es probable que no hayan nacido siendo diferentes, sino que hayan desarrollado sus atributos personales con el transcurso de los años y adquirido muchos de sus atributos básicos en la infancia, cuando el entorno familiar desempeña un papel muy importante. Por ejemplo, la mujer que es la mayor de entre los hijos suele ser más emprendedora que la que nace después, tal vez porque la primogénita recibe atención especial y, por lo mismo, desarrolla más confianza en sí misma. Los emprendedores también suelen tener padres que trabajan por su cuenta. La naturaleza independiente y la flexibilidad que muestran las madres o los padres que trabajan por su cuenta es algo que se aprende en una etapa muy temprana. Estos padres apoyan y fomentan la independencia, los logros y la responsabilidad. No es fácil modificar los atributos personales, sobre todo si la

persona ha llegado a su edad adulta. Sin embargo, tal vez valga la pena hacer el esfuerzo por lograrlo. El mejor camino es observar un comportamiento emprendedor. Las experiencias emprendedoras de éxito llevan a desarrollar otras formas de pensar y alientan la innovación.

Retomando el concepto del espíritu emprendedor Formichella (2004), dice que este está estrechamente ligado a la socialización. Existen dos tipos de socialización: la primera ocurre al inicio de la vida de una persona, con su familia y allegados, la segunda cuando ingresa al sistema educativo y comienza a convivir con personas de otros círculos. Esta socialización es muy importante puesto que, si el individuo no estuvo en contacto con un ambiente y personas emprendedoras, será más difícil que lo sea. De este modo, se confirma el papel crucial que juega la educación; si la escuela proporciona ambientes donde se fomente el emprendimiento, estará forjando el espíritu emprendedor en sus estudiantes. (Cantú et al., 2019).

Finalmente, desde un análisis teórico, para Collins & Moore (1973) y Roberts & Wainer (1971) los aspectos que tienen mayor incidencia en la actividad emprendedora son la formación o nivel educativo y el género, teniendo en cuenta que, los individuos con mayor formación académica poseen mayor facilidad para crear y llevar a cabo ideas innovadoras, además de tener mayores posibilidades de supervivencia en el sector económico en que se desenvuelva su empresa.

Metodología

Se destaca, que el desarrollo se realizó a partir de un instrumento analítico, el cual nos permitiera explicar y describir las posibles causas por las cuales se decidió emprender el negocio, en esta encuesta transversal nuestras variables principales fueron: “razón que lo motivaron para emprender su empresa” y nivel de estudios, cabe mencionar que esta fue una encuesta abierta y se utilizó el análisis de textos (Excel) para extraer datos legibles y crear datos estructurados a partir de contenido textual libre; la muestra de para este estudio fueron 93 MiPymes de la ciudad; con la en el cual se buscaba patrones dentro de los motivos que mencionaron los dueños de las empresas; tales como, el porqué de la apertura de sus micro y medianas empresas, ¿si este está conectado directamente a su formación profesional? Lo cual nos brindó un panorama más significativo de las posibles causas conociendo, el contexto en el que se vive dentro de la ciudad, de manera que la hipótesis es la siguiente:

H1: ¿La formación profesional influye en la motivación para la creación de la MiPy-mes en la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas?

Descripción de los dueños de las empresas en Rio Bravo, Tamaulipas

Se comenzará por decir que, la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas, está situada al noreste de México; según datos del censo económico del año 2019, los sectores económicos en Rio Bravo fueron: comercio al por menor 43.2%, otros servicios (excepto actividades gubernamentales) 20.4%, servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos/bebidas 10.8%, industrias manufactureras 9.10%, servicios de salud y de asistencia social 5.98% y comercio al por mayor 2.36%; esto quiere decir que el comercio al por menor representa el mayor porcentaje de actividad en la ciudad.

Tabla 7.2

Características sociodemográficas de los empresarios.

Sexo	Cantidad	Edad Promedio	Educación	
Hombre	53	43 años	Primaria	6%
			Secundaria	15%
			Preparatoria	30%
			Técnico Superior	4%
			Licenciatura	43%
			Maestría	2%
Mujer	40	38.5 años	Primaria	18%
			Secundaria	18%
			Preparatoria	35%
			Licenciatura	30%

Nota. Esta tabla se muestra uno de los resultados del instrumento aplicado, en donde se destaca los porcentajes por sexo, y si estos tienen formación profesional.

Tabla 7.3

Porcentaje del giro de la empresa de las encuestas realizadas.

Giro de la Empresa	Frecuencia	Porcentaje
Comercio al mayoreo y al menudeo	41	44%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	28	30%
Actividades de atención de la salud humana y asistencia social	2	2%
Otras actividades de servicios	22	24%

Nota. La siguiente tabla, muestra los 2 giros principales en las empresas encuestadas, los cuales son: comercio al mayoreo y menudeo, actividades de alojamiento y servicios de comidas.

Para este estudio se realizó una encuesta de 20 preguntas abiertas, dirigidas a los propietarios de las empresas; las cuales fueron, proporcionadas a los alumnos por medio de un formulario mediante la plataforma de FORMS, para que estos a su vez pudieran asistir de manera presencial al establecimiento.

Tabla 7.4

Razones que los motivaron para la creación de su empresa.

Motivaciones	Descripción
Motivación 1	El sueldo no era competitivo en el trabajo anterior
Motivación 2	Herencia de padres
Motivación 3	Localización del empleo
Motivación 4	No estaba conforme con las condiciones de su empresa
Motivación 5	No le gustaba su anterior trabajo
Motivación 6	No trabajaba
Motivación 7	Pandemia
Motivación 8	Superación personal
Motivación 9	Tiempo para su familia

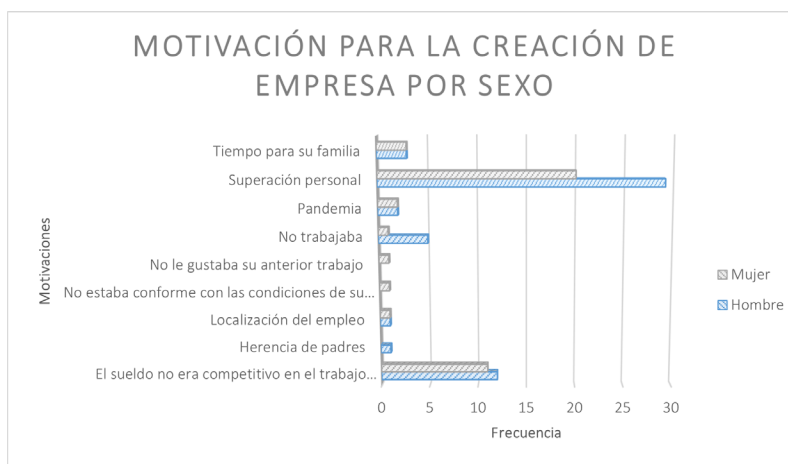
Nota. De manera que en la tabla 3 se concentró en las 9 razones principales de motivos para emprender las empresas de acuerdo con los propietarios de la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas.

Resultados

Se graficó las motivaciones totales por sexo de los encuestados. Destacando las dos principales razones por la que ambos sexos optaron por aventurarse en el desarrollo de su negocio personal; siendo las claves la superación personal y que el sueldo que tenían anteriormente no era competitivo para sus necesidades básicas.

Figura 7.1

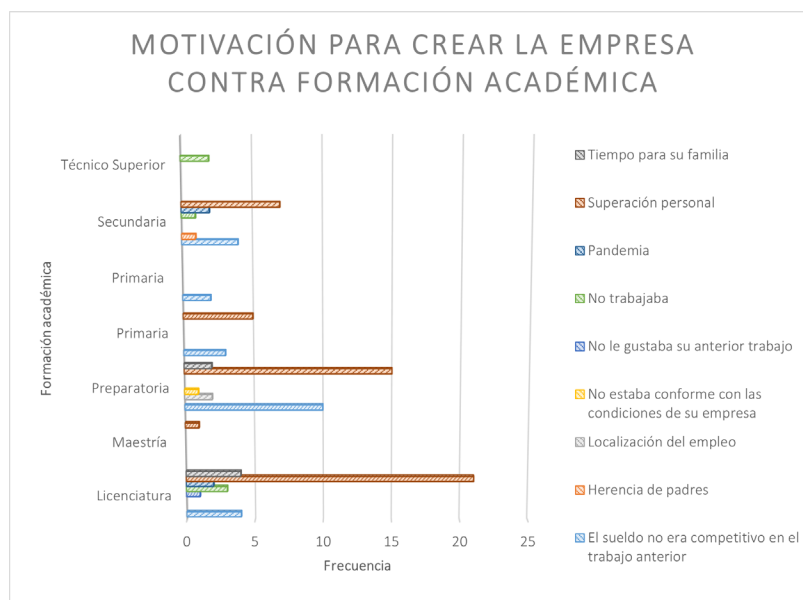
Motivación para la creación de la empresa por sexo



Nota. Como se mostró en la Figura 7.1, las dos principales motivaciones son: las personales y económicas; por ende, la Gráfica 7.2 muestra los porcentajes de las personas con nivel de: licenciatura, técnico superior universitario y maestría, representando el 39% del total; mientras que, de primaria a preparatoria representa el 59%.

Figura 7.2

Motivación para la creación de la empresa contra su formación académica.



Nota. Por otro lado, de la totalidad de los datos se tomaron las motivaciones para la creación de la empresa, y se categorizaron en 9 áreas. Destacando que la formación académica se organizó en niveles del 1 al 6 (siendo 1 el más bajo y 6 el más alto); esta información se analizó por medio programa Minitab, posteriormente se realizó un análisis ANOVA de un factor, para comprobar el impacto de la

formación profesional y académica contra las motivaciones, (se utilizó un nivel de significancia de Alpha 0.05 con intervalos de confianza del método Turkey).

Tabla 7.5

Análisis ANOVA para la relación factor motivante-educación

Source	DF	Adj	SS	Adj	MS	F-Value	P-Value
Educación	5	81.21	16.242	1.8	0.122	1.8	0.122
Error	87	786.1	9.036				
Total	92	867.31					
Educación	N	Mean	StDev	95%	CI		
1	10	4.5	3.69	(2.61,	6.39)		
2	15	5.467	3.182	(3.924,	7.009)		
3	30	5.267	3.393	(4.176,	6.357)		
4	2	6	0	(1.775,	10.225)		
5	35	7	2.351	(5.990,	8.010)		
6	1	8	*	(2.025,	13.975)		
Educación	N	Mean	Grouping				
6	1	8	A				
5	35	7	A				
4	2	6	A				
2	15	5.467	A				
3	30	5.267	A				
1	10	4.5	A				

Nota. Nivel de significancia de Alpha 0.05%.

Discusión

Ahora bien, de los resultados obtenidos se puede resumir lo siguiente: que las principales motivaciones de las empresarias en Rio Bravo, Tamaulipas para la creación de su empresa fueron, “superación personal” con el 52 % y “el sueldo no era competitivo en el anterior trabajo” con el 24%. Se destaca, de manera indistinta entre hombres y mujeres del municipio, se puede observar que solo el 39% del total de los encuestados cuentan con un nivel de licenciatura; mientras que el, 32% cuenta con preparatoria, 16% con secundaria y 27% primaria. Del análisis ANOVA el valor de P (Alpha) es mayor a 0.05, esto quiere decir que en sus medias no existe una diferencia significativa; por lo cual, se deduce que su educación profesional no tiene absolutamente nada que ver, para que interfiera en decidirse a emprender su negocio.

De acuerdo con lo anterior podemos confirmar que esto va más encaminado a los factores de motivación y no de higiene, Terry & Franklin (2012) aseguran que los factores de higiene son los satisfactores porque si estos están presentes en una situación de trabajo, la gente no está conforme; no obstante, su presencia en realidad no motiva a la gente, además podemos concluir que motivar requiere la oportunidad de satisfacer las necesidades de los empleados de autonomía, competencia y logro.

Ahora bien, el tener un espíritu emprendedor no está ligado a tener una formación académica esto va más allá, son habilidades y capacidades en las cuales intervienen cuestiones culturales, sociales y de formación para crear este escenario; si bien el contexto de la ciudad es un factor importante podemos concluir que muchos de estos emprendedores tienen una característica en común es la superación personal y que de alguna manera como lo mencionaron “necesitaban hacer lo que les apasiona” o “porque quería demostrar que podían con el reto a pesar del riesgo”.

Para finalizar, de acuerdo con Tinoco (2008) las habilidades y capacidades de los emprendedores se encuentran directamente relacionado con la destreza que presenten los individuos para transformar las ideas en actos, además de estar directamente relacionado con la creatividad, la innovación y el correr riesgos; así como también la habilidad que presente para planificar, gestionar proyectos con el propósito de lograr los objetivos inicialmente planteados. Y sobre todas las cosas la visión a futuro ya que con el tiempo las necesidades del mercado están cambiando y ellos requieren adaptarse a ellas.

Conclusiones

Después de esta investigación llevada a cabo, se puede mencionar específicamente que el municipio de Rio Bravo, Tamaulipas (con base a las encuestas realizadas), se determina que entre las motivaciones destacadas resalta la superación personal, sin dejar de lado la cuestión económica. Debido, que, para muchas de estas personas, el tener una oportunidad de “hacer lo que les gusta”, “demostrar que pueden con el reto” y que son autosuficientes para lograr un objetivo, fue el motor principal para aventurarse a fundar su empresa; esto sin importar su formación académica. Es decir, no importa si tuvieran un nivel básico de escolaridad o un nivel académico de licenciatura o maestría; si no más bien, tiene que ver con habilidad natural de independencia, innovación y reto.

También es importante mencionar, que, si bien actualmente los empresarios de la ciudad han obtenido un buen rendimiento de su negocio, sería de suma importancia que estos pudieran tener una mejor capacitación para la administración de su negocio, ya que esto

les ofrecería una mejor oportunidad de crecer, expandirse y sostenerse en el mercado. Por otro lado, se podría trabajar en algunas otras líneas de investigación dentro de las empresas tales como: estructura y diseño organizacional en las cuales tenemos 2 conceptos importantes; división del trabajo, departamentalización.

Por otra parte, es necesario decir que también hubo algunas limitaciones, sobre todo por ser un municipio vecino; por ello se tuvo que trabajar en la planeación de la logística, que incluía desde la formación de grupos de trabajo, horarios y asignación de docentes a cargo; todo lo anterior con la finalidad de la recolección de la información por medio de las encuestas aplicadas a las MiPymes.

Cabe destacar, que dentro de los descubrimientos más relevantes de los datos arrojados se detectaron 4 empresas con más de 38 años de fundación, lo cual es bastante gratificante debido a que han sabido enfrentarse a los cambios y adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes, brindando un servicio de calidad.

Referencias

- Adie-Villafañe Jonathan, Cárdenas-Ortiz Luis-Carlos, 2021. Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. DOI: 10.17081/dege.13.1.4219.
- Alcaráz, R. R. (2011). El emprendedor de éxito. McGraw Hill. Cuarta edición. México.
- Cantú González, Valeria, Leonardo David Glasserman Morales y María Soledad Ramírez Montoya. 2019. "Comportamiento métrico sobre evaluación de la educación en emprendimiento". Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información 33 (79): 99-117. <http://dx.doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2019.79.57902>
- Chiriboga M.F., Hormaza Z., Garcia J. (2016). Guía de emprendimiento para innovadores. Departamento de Edición y Publicación Universitaria.
- Data México, municipio Rio Bravo, Tamaulipas. [\(https://datamexico.org/es/profile/geo/rio-bravo#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20del%20Censo%20Econ%C3%B3mico,Alimentos%20y%20Bebidas%20\(514%20unidades\)\)](https://datamexico.org/es/profile/geo/rio-bravo#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20del%20Censo%20Econ%C3%B3mico,Alimentos%20y%20Bebidas%20(514%20unidades)) (2022).
- Formichella, María Marta. 2004. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina. Fecha de consulta: 18 de julio de 2017. <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- George R. Terry, Stephen G. Franklin (2012). Principios de la Administración. Grupo Editorial Patria. 375, 383-385.

- Gonzalo Maldonado, Guzmán Marina Ortiz de Abreu, Sandra Yesenia Pinzón Castro, José Trinidad Marín Aguilar (2018). La microempresa en América Latina. Un análisis comparativo entre México y República Dominicana. Universidad Autónoma de Aguascalientes. 43-45. https://editorial.uaa.mx/docs/microempresa_america_latina.pdf
- Hellriegel D., Jackson S. E., Jhon W. S. Jr. (2009). Administración. Un enfoque basado en competencias. 11ª. Edición. Cengage Learning.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2019). Programas de información Censos Económicos 2019. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados>
- Kaplan, J. M. and Warren A. C. (2010), Patterns of Entrepreneurship Management. 3rd. Edition. MA John Will & Sons.
- Longenecker, Justin G., Moore, Carlos W., Petty, J. William, Palich, Leslie E. Administración de pequeñas empresas. Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras, 14a. ed. 9-12
- Obando, M., Rojas, M. y Zevallos, V. (2008). Características de las microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana: Coordinación Educativa y Cultural Centroamérica.
- O. Collins, D Moore.1973. The Enterprising Man, East Lansing, MI. The Enterprising Man, East Lansing, MI: 1973.
- Pulla, Eduardo V, González, Ernesto X., Macias, Bernard C. Competencias personales. Análisis de las habilidades y capacidades de los emprendedores. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n32/a20v41n32p23.pdf>
- Roberts E., Wainer H., 1971. Some characteristics of new technical enterprises. IEEE Transactions on Engineering Management, 18: 100-109. <http://dx.doi.org/10.1109/TEM.1971.6447137>
- Tinoco, O. (2008). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. Industrial Data, 11(2), 18-23.