



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Perfil emprendedor de los estudiantes de la licenciatura en gastronomía, en una institución de educación superior en Hidalgo

María Dolores Martínez García¹

*Blanca Cecilia Salazar Hernández**

*Jessica Mendoza Moheno**

Resumen

Las Instituciones de Educación Superior son un medio a través del cual se difunde y fomenta el espíritu emprendedor. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la intención de emprender de los estudiantes de Gastronomía, en una institución de educación superior en Hidalgo, utilizando el cuestionario GUESSS, que se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado, cuyo argumento subyace en que la intención de realizar un comportamiento específico está influenciada por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido del comportamiento. El instrumento se aplicó a una muestra n=240 alumnos de primero a noveno semestre, el tipo de investigación es de enfoque cuantitativo, no experimental y de alcance descriptivo. Los resultados muestran que la intención de elegir la carrera para emprender, al egresar, es de un promedio porcentual de 70.85, aumentando a 87.4 cinco años después de terminar la licenciatura.

Palabras clave: Emprendimiento, Licenciatura en gastronomía, comportamiento planificado. JEL:M13.

Abstract

The universities are channels where the entrepreneurial spirit is disseminated and fostered. This research work aims to analyze the intention of choosing the bachelor degree of Gastronomy, that is taught at the Instituto de Ciencias Económico Administrativas of the Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, using the GUESSS questionnaire, which is based on the Theory of Planned Behavior, whose argument lies in the fact that the intention to perform an specific behavior is influenced by three main factors: the attitude towards behavior, subjective norms and the perceived control of behavior. The instrument in question was applied to 240 students, enrolled from first to ninth semester. The type of research is quantitative approach, not experimental and descriptive. The results showed that the intention to choose the career to become entrepreneurs at the end of their studies is of percentage average of 70.85, increasing to 87.4 five years after completing the degree.

Keywords: Entrepreneurship, bachelor degree in gastronomy, planned behavior.

¹ Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Introducción

Entre los muchos factores identificados, con respecto al estudio del perfil emprendedor en los estudiantes, la educación despunta como una variable con alto potencial de influencia en el comportamiento emprendedor, sobre todo entre la población de estudiantes de enseñanza superior.

En tal sentido, las Instituciones de Educación Superior (IES) juegan un papel fundamental como promotores del emprendimiento. Al respecto, Kantis, Federico e Ibarra (2014) mencionan que en el caso de México se presenta una disminución del capital humano emprendedor, la cultura emprendedora, así como de la percepción de las políticas referentes al tema. Por otra parte, señalan que es momento de emprender para fomentar la economía, razón por la cual resulta necesario analizar el papel de la institución objeto de estudio, para trabajar en que se eliminen las debilidades descritas.

Siguiendo este orden de ideas, el presente estudio tiene como objetivo analizar la intención de elección de la Licenciatura en Gastronomía, que se imparte en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH).

El Licenciado en Gastronomía de la UAEH es un profesionista con conocimientos en bases culinarias, capaz de reconocer los elementos que conforman el patrimonio culinario, con el propósito de crear, innovar y desarrollar productos gastronómicos, exaltando el rescate, la promoción y difusión de la Cocina Mexicana con conocimientos y habilidades en el área de servicio gastronómico cubriendo las necesidades del mercado, caracterizando los elementos que influyen en la industria con base en las normas y certificaciones de calidad nacional e internacional, capaz de determinar las estrategias de gestión y dirección adecuadas para impulsar el desarrollo económico y social de la entidad y el país.

La Licenciatura en Gastronomía cuenta con una proyección del plan de estudios de nueve semestres, estructurado por 55 asignaturas. En el séptimo semestre cursan la asignatura de Creatividad e Innovación empresarial.

Lo anterior refleja la importancia de estudiar la iniciativa emprendedora de los estudiantes de la Licenciatura en Gastronomía, con base en la Teoría del Comportamiento Planificado con la finalidad de contar con información en materia de emprendimiento e identificar las acciones que se deben desarrollar en los programas educativos con proyectos emprendedores que fortalezcan en los egresados las habilidades, competencias, conocimientos, actitudes y valores como futuros empresarios y agentes de desarrollo socioeconómico, que cuenten además con un alto potencial en la creación de empleo.

Estado del arte

El concepto de emprendedor

Según Lall & Sahai (2011), fue Richard Cantillon la primera persona en reconocer el rol de los emprendedores en la teoría económica, en 1755. Esta fuente comenta que Cantillon describía al emprendedor como una persona que tomaba riesgos, al hacer ganancias comprando bienes a un precio conocido y vendiendo estos a un precio mayor desconocido en el mercado.

Continuando con esta fuente, Jean Baptiste Say en 1800 amplía la definición inicial proporcionada por Cantillon, incluyendo en esta la combinación de factores de producción, notando además que el emprendedor debe contar con ciertas cualidades personales especiales.

Por su parte, Joseph Schumpeter en 1934 añade el vocablo “innovación” a la teoría del emprendimiento, diciendo que es el emprendedor el portador del mecanismo para el cambio (Lall & Sahai, 2011).

Para Schumpeter, según lo citado por Lall & Sahai (2011), existen cinco diferentes tipos de innovaciones o formas de actuar de un emprendedor, las cuales son:

1. La introducción de un nuevo bien o la calidad de un bien.
2. La introducción de un nuevo método de producción.
3. La apertura de un nuevo mercado.
4. El uso de nuevas fuentes de suministro de materias primas o bienes intermedios.
5. El llevar a cabo una nueva forma de organización en la industria.

Para Schumpeter, la habilidad para identificar nuevas oportunidades en el mercado es una actividad principal del emprendedor, la cual crea desequilibrio en la economía (Lall & Sahai, 2011).

Actualmente, se considera que la proporcionada por Drucker (1994) es la más difundida entre los académicos. Drucker (1994) define al emprendedor como alguien que siempre busca el cambio, responde ante este y lo explota como una oportunidad.

Este autor acertadamente observó que la innovación es la herramienta del emprendedor, los medios mediante los cuales explota los cambios como una oportunidad para un negocio o servicio diferente. Es capaz de ser presentada como una disciplina, capaz de ser aprendida y practicada. Los emprendedores buscan a propósito recursos de innovación, los cambios y síntomas que indican nuevas oportunidades exitosas de negocios.

Como se ha podido apreciar, la palabra emprendedor tiene distantes acepciones, dependiendo la época, el autor y área de conocimiento de que se trate.

Lall & Sahai (2011) definen la palabra emprendedor de acuerdo con distintas áreas científico sociales, como se citan a continuación:

- Para un economista, el emprendedor es alguien que combina recursos, mano de obra, materiales y otros activos que hacen que su valor sea mayor, introduciendo cambios, innovaciones y creando un nuevo orden.
- Un psicólogo define al emprendedor como una persona impulsada por algunas fuerzas que crean el deseo de alcanzar o lograr algo.
- El sociólogo, por su parte, lo considera un ser humano cuyas acciones determinarán su estatus social, además de contribuir con el desarrollo de la sociedad.
- El administrador lo conceptualiza como una persona que tiene una visión y genera un plan de acción para lograrlo.

Características del emprendedor

Según Lall & Sahai (2011), es en los años sesenta cuando David McClelland encuentra que las personas que prefieren carreras emprendedoras tienen una mayor necesidad psicológica de logro.

Estas autoras mencionan que a mediados de los años ochenta, Thomas Begley y David Boyd, identificaron cinco dimensiones únicas en los emprendedores:

1. Tienen una alta necesidad de logro.
2. Les gusta pensar que ellos controlan sus vidas y no el destino o la suerte.
3. Tienen la voluntad de tomar riesgos moderados, permitiéndoles de esta forma obtener mayores ganancias.
4. Tienen la habilidad de tolerar la ambigüedad.
5. Cuentan con la habilidad de realizar más trabajos en menos tiempo, a pesar de las objeciones de otros.

Continuando con Lall & Sahai (2011), John Hornday del Colegio Bobson, fue pionero en desarrollar un listado que contenía las principales características de los emprendedores, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 1. Características de las personas emprendedoras

▪ Confianza en sí mismo y optimismo.	▪ Respuestas positivas a los retos.
▪ Habilidad para tomar riesgos calculados.	▪ Flexibilidad y habilidad para adaptarse.
▪ Conocimiento de los mercados.	▪ Habilidad para llevarse mejor con los demás.
▪ Mentalidad independiente.	▪ Conocimiento versátil.
▪ Energía y eficiencia.	▪ Creatividad, necesidad de logro.
▪ Liderazgo dinámico.	▪ Responde a las sugerencias.
▪ Toma iniciativas.	▪ Ingenioso y perseverante.
▪ Perceptivo con previsión.	▪ Responde a la crítica.

Fuente: Lall & Sahai, 2011

Por otro lado, Lall y Sahai (2011) consideran que los empresarios tienen las siguientes características:

- **Visión:** Se refiere al sueño del emprendedor, el cual incluye los caminos y medios para alcanzar dicha visión.
- **Conocimiento:** Es el conocimiento conceptual sólido sobre cada uno de los aspectos que conforman el negocio del emprendedor, incluyendo el área tecnológica, operativa, financiera y de mercado.
- **Deseo de éxito:** Los emprendedores tienen un gran deseo de alcanzar el éxito en la vida, por lo que no limitan sus sueños a lograr un solo objetivo, sino que trabajan constantemente en lograr metas cada vez más grandes.
- **Independencia:** El emprendedor necesita independencia en su trabajo y en la toma de decisiones. Crea sus propias reglas, así como su destino.
- **Optimismo:** Son altamente optimistas acerca de alcanzar o lograr su sueño y/o visión.
- **Valor agregado:** Los emprendedores constantemente introducen algo nuevo al negocio, creando, innovando e incluso agregando valor a los productos y/o servicios existentes, permitiéndoles destacar en el mercado.
- **Liderazgo:** Son buenos planeando, organizando, comunicándose, siendo empáticos con sus colaboradores, toman buenas decisiones, así como la iniciativa para implementar planes orientados a resultados.
- **Trabajador:** Actualmente se conocen como adictos al trabajo y el emprendedor tiene por cierto que no hay sustituto alguno del trabajo duro.
- **Deseo de tener control sobre su destino:** El emprendedor no cree en la suerte o en el destino, considera que de él depende forjar su camino.
- **Habilidad para tomar riesgos:** En este punto las autoras consideran que Frank Knight identificó la capacidad de asumir riesgos como uno de los elementos más importantes de los emprendedores.

Otra autora es Sánchez (2003), quien estructura las características de la persona emprendedora, conforme a la siguiente figura:

Figura 2. Características de los emprendedores

Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Necesidad de logro. ▪ Necesidad de reconocimiento. ▪ Necesidad de desarrollo personal. ▪ Percepción del beneficio económico. ▪ Baja necesidad de poder y estatus. ▪ Necesidad de independencia. ▪ Necesidad de afiliación o ayuda a los demás. ▪ Necesidad de escape, refugio o subsistencia.
Características personales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toma de iniciativa. ▪ Capacidad de decisión. ▪ Acepta riesgos moderados. ▪ Orientación hacia la oportunidad. ▪ Estabilidad emocional/autocontrol. ▪ Orientación hacia metas específicas. ▪ Locus de control interno (se atribuye a sí mismo sus éxitos o fracasos). ▪ Tolerancia a la ambigüedad/presión/incertidumbre. ▪ Receptivos en sus relaciones sociales. ▪ Sentido de urgencia/tiempo valioso. ▪ Honestidad/integridad y confianza. ▪ Perseverancia/compromiso total. ▪ Responsabilidad personal. ▪ Individualista. ▪ Optimista.
Características físicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Energía. ▪ Trabajan duro.
Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Versatilidad/flexibilidad. ▪ Creatividad/imaginación/innovación. ▪ Búsqueda de la verdad e información. ▪ Planificación y seguimiento sistemático de los resultados. ▪ Capacidad de analizar el ambiente (reflexión). ▪ Visión comprensiva de los problemas. ▪ Capacidad de solución de problemas. ▪ Planificación con límites de tiempo.
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liderazgo. ▪ Orientación al cliente. ▪ Capacidad de conseguir recursos. ▪ Gerente/administrador de recursos. ▪ Patrón de factores de producción. ▪ Exige eficiencia y calidad. ▪ Dirección y gestión de la empresa. ▪ Red de contrato. ▪ Comunicación.

Fuente: Sánchez, Moriano, y Sevilla, (2003).

La complejidad que rodea a un emprendedor hace poco factible el establecer una sola teoría que determine de manera exacta las características con las cuales se diferencian los emprendedores. En este sentido son diversos los estudios que se han realizado con relación a las características

que tiene un emprendedor, de ahí que dependiendo el autor que se consulte son las propuestas que se desarrollan.

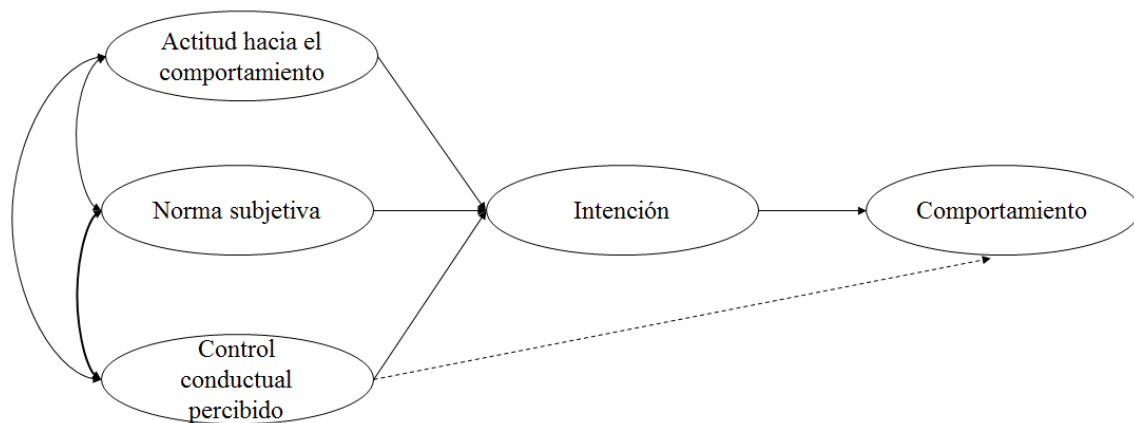
Teoría del Comportamiento Planificado

La Teoría del Comportamiento Planificado o Planeado o TPB (Theory of Planned Behavior) por sus siglas en inglés, es una extensión de la Teoría de la Acción Razonada, desarrollada por Martin Fishbein e Icek Ajzen en el año de 1980 (Ajzen, 1991).

La TPB asume que el principal determinante que influye en el esfuerzo que la persona dedicará para realizar el comportamiento, se debe a la intención de la misma, de ahí que cuanto mayor sea la intención de participar en un comportamiento, mayor será el desempeño realizado (Ajzen, 1991).

Ajzen considera el siguiente modelo para la Teoría del Comportamiento Planificado o Planeado:

Figura 3. Teoría del Comportamiento Planificado (TCP).



Fuente: Ajzen, 1991

De acuerdo con Ajzen (1991), la TPB postula las siguientes determinantes conceptualmente independientes de la intención:

- La actitud hacia el comportamiento: Se refiere al grado en que una persona valora favorable o desfavorable la conducta en cuestión.
- Norma subjetiva: Es un factor social que alude a la presión social recibida para llevar a cabo o no el comportamiento.
- El control conductual percibido: Asigna el grado de facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento.

Este autor considera como regla general que entre más favorables sean la actitud y la norma subjetiva con respecto al comportamiento, así como el control conductual percibido, la intención del individuo será mayor para realizar el comportamiento en cuestión.

“La teoría del comportamiento planificado rastrea las actitudes, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido a una base subyacente de creencias sobre el comportamiento” (Ajzen, 1991), de ahí que su aplicación en un área de interés particular, permite obtener información útil para entender el comportamiento presentado o incluso implementar acciones que permita cambiar o modificar este.

El empleo de esta teoría para el caso específico de la investigación, después de analizar la caracterización es contar con datos suficientes que permitan identificar las áreas de oportunidad que el plan de estudios de la Licenciatura en Gastronomía, ofertada por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, y en continuación del proyecto hacer propuestas sobre este tema, ya que una de las principales misiones de las universidades es proporcionar formación teórica y práctica a todos aquellos estudiantes que aspiren a fundar su propia empresa.

Estudios previos en el entorno internacional

El impacto del emprendimiento en el crecimiento y desarrollo productivo y económico de una localidad, región, estado e incluso en un país, ha sido investigado desde hace varios años, justificando con ello la necesidad de desarrollar una cultura emprendedora, como lo pronen Tito Duarte y Myriam Ruiz en su artículo “Emprendimiento, una opción para el desarrollo” (Duarte & Ruiz, 2009).

Otro de los aspectos que se han investigado en el tema emprendimiento es en cuestión al género de los emprendedores, existiendo al respecto estudios interesantes como los realizados por Hernández (2013) en España, así como por Minniti y Nardone (2007) en América Latina y el Este de Asia.

Por su parte, María Espí, German Arana, Iñaki Heras y Alberto Díaz, realizaron un estudio titulado “El perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU”, cuyos resultados permiten identificar las áreas de oportunidad a trabajar en dicha institución respecto al emprendimiento (Espí, et al., 2007).

También de origen español, se encuentra el análisis comparativo entre Cataluña y Puerto Rico de las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento, realizado por José María Veciana, Marinés Aponte y David Urbano, encontrándose interesantes diferencias entre estas naciones dependiendo el género, edad y otros factores considerados con relación a la actitud de los encuestados ante este tema. (Veciana, et al., 2005)

Es tal la importancia del emprendimiento que actualmente existen estudios internacionales, como es el caso del General Entrepreneurship Monitor (GEM), investigación que reúne a dos importantes Instituciones de Educación Superior (IES) en esta materia, como es el London

Business School (LBS) y Babson College. En este sentido, el primer estudio fue realizado en 1999, en el cual participaron el grupo de los países, mejor conocido como G7, además de incluir a las naciones de Dinamarca, Finlandia e Israel, proyecto que creció a 31 países para el año 2003, contando con información de más de 100 países en materia de emprendimiento hoy en día (GEM , s.f.).

El proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students´ Survey) es otro de los esfuerzos internacionales que a la fecha se dedican a la recolección de información sobre el tema de emprendimiento desde el año 2003, en más de 50 países y mil universidades. Este estudio considera los factores de influencia a nivel individual, familiar, universitario y contextual, en los siguientes temas de investigación: el emprendimiento naciente, intenciones emprendedoras, crecimiento y rendimiento de nuevas empresas, sucesión familiar (GUESSS, 2017).

Estudios previos en el ámbito nacional

La investigación que dio pauta a este estudio se basa en el artículo titulado “Relación entre la intención de la elección de la carrera de Ingeniería Civil y la iniciativa emprendedora de los estudiantes de una Institución de Educación Superior Tecnológica en Hidalgo, México”, elaborado por Yessica García, Isabel Mendoza y Leiry Romo, trabajo publicado en el año 2017. En dicha investigación, la cual se llevó a cabo en el Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo (ITESA), se pudo observar la relación de dependencia que existía entre la elección de la carrera de los estudiantes al término de sus estudios y el grado de iniciativa emprendedora (García, et al., 2017).

Llama la atención que en el contexto nacional son pocos los trabajos de investigación desarrollados tanto por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) como por el Instituto Politécnico Nacional (IPN), respecto al emprendimiento y estas se enfocan principalmente en los modelos y planes de negocios utilizados para este fin, sin tomar en cuenta la importancia de la intención emprendedora a pesar de que en el ámbito internacional es considerado trascendental desde hace algunos años.

Objetivo de la investigación

Identificar el perfil emprendedor de los alumnos de la Licenciatura en Gastronomía ofertada por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, mediante la aplicación del cuestionario GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students´ Survey) con la finalidad de conocer su relación con el grado de iniciativa emprendedora.

Desarrollo

Diseño y procedimiento

El diseño de este estudio fue de enfoque cuantitativo, no experimental, de alcance descriptivo.

Al contar con una población de 640 estudiantes, inscritos de primero al noveno semestre del programa educativo de la Licenciatura en Gastronomía, de la institución previamente señalada, en el periodo escolar enero-junio 2019, y con base en la siguiente fórmula, se determinó el tamaño de la muestra requerida para una población finita:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

La fórmula considera a n como el tamaño de la muestra, N es el tamaño de la población, Z indica el nivel de confiabilidad del 95%, e se refiere al error de estimación máximo aceptado, así como p es el porcentaje de población que tiene el atributo deseado y q hace referencia al porcentaje de población que no tiene el atributo deseado.

Al realizar la sustitución de la fórmula señalada, el resultado obtenido son una muestra de 240 alumnos como se puede observar a continuación:

$$\frac{1.96^2 * 640 * .5 * .5}{.05^2 (640 - 1) + 1.96^2 * .5 * .5} = 240$$

Se realizó un muestreo aleatorio, compuesto por 240 estudiantes inscritos de primero al noveno semestre del programa educativo previamente señalado, que se imparte en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA), de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), durante el ciclo escolar enero-junio 2019.

Una vez realizadas las encuestas, se elaboró la base de datos en Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 23, en este primer momento el análisis es solo descriptivo para identificar las características de los participantes en el estudio.

En este sentido, cabe mencionar que se eligieron aleatoriamente a los alumnos, distribuidos en 9 semestres con 3 grupos cada uno, para contestar de forma escrita la adaptación realizada al cuestionario conocido como GUESSS por sus siglas en inglés que significan Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey.

Instrumento

La técnica de recolección de datos se realizó mediante una adaptación del instrumento Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey (GUESSS), el cual tiene como propósito comprender la intención y la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios (Medina, Bolívar y Lemes, 2014) y se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991 & 2002), “cuyo fundamento teórico subyace en el argumento de que la intención de realizar un comportamiento específico está influenciado por tres factores principales: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido” (Sieger, et al., 2014).

El instrumento previamente señalado está integrado por dos apartados, siendo el primero de estos donde se recolecta información de las variables sociodemográficas, como es el caso del género, edad, estado civil, área del conocimiento y semestre actual, por mencionar algunas.

El segundo apartado se subdivide a su vez en dos secciones, encontrándose en la primera sección tres preguntas cerradas de opción múltiple por medio de las cuales se busca medir la elección de la carrera universitaria con enfoque del pasado y hacia el futuro, una pregunta para identificar los antecedentes familiares en materia de emprendimiento y seis preguntas de respuesta binaria, afirmativa o negativa, que pretenden medir la formación en esta materia.

La segunda sección está conformada por 18 reactivos que buscan evaluar las siguientes dimensiones del perfil emprendedor:

- Intención emprendedora.
- Actitud personal hacia el emprendimiento.
- Control del comportamiento percibido.
- Normas subjetivas.

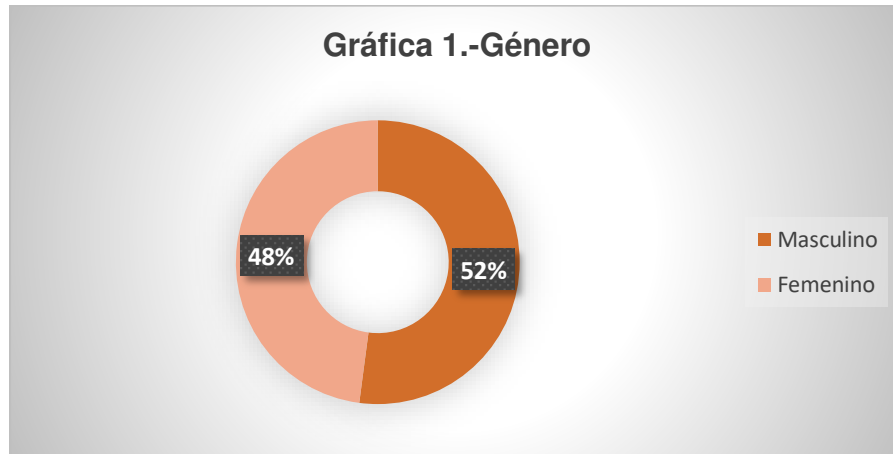
Cabe señalar que en esta sección se utilizó la escala de Likert de acuerdo con lo siguiente:

- Muy en desacuerdo=1.
- En desacuerdo=2.
- Neutral=3.
- De acuerdo=4.
- Muy de acuerdo=5.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados de los cuestionamientos relacionados con las variables sociodemográficas, donde podemos observar, acorde a lo presentado en la Gráfica1, que existe un promedio con diferencia del 2.0 % mayor para el sexo masculino contra el sexo femenino.

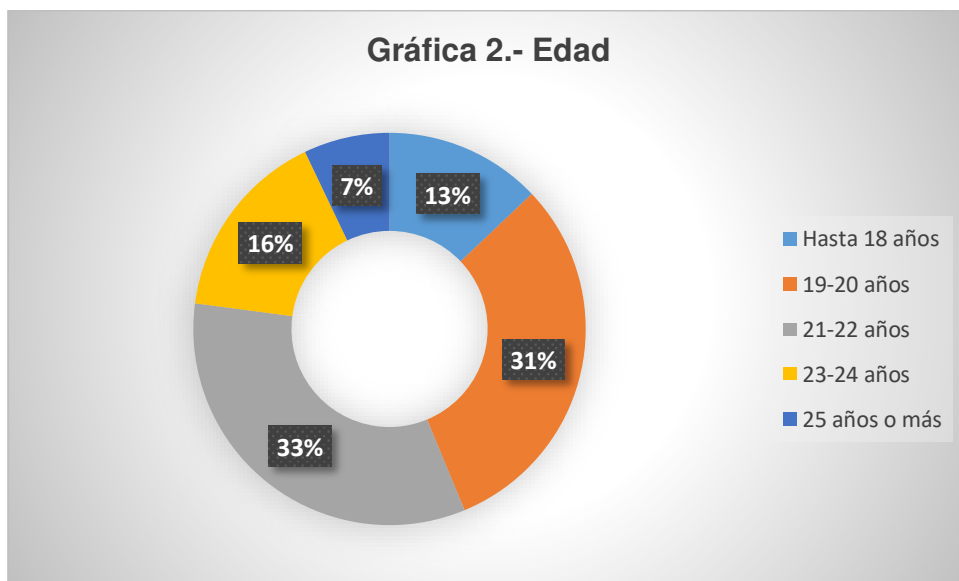
Gráfica 1. Género



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

Con respecto a la edad, el mayor porcentaje se localiza en el rango entre los 21 y 22 años con el 33%, seguido con 31% por el rango de 19 a 20 años y siendo el porcentaje menor el de 7.1 %, el cual considera el rango de edad de 25 años o más, gráfica 2.

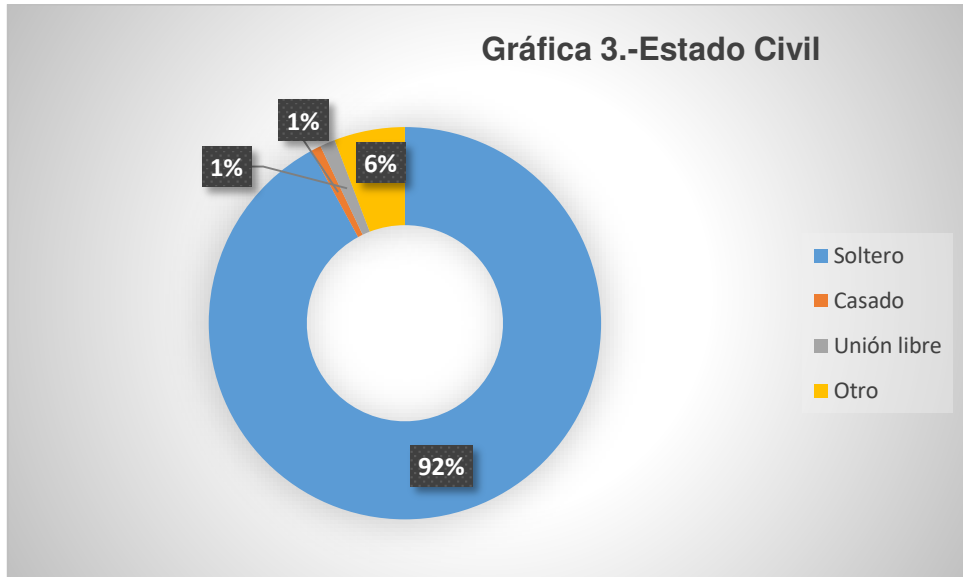
Gráfica 2. Edad



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

El 92 % de los estudiantes encuestados son solteros, en el mismo porcentaje 1%, son casados y en unión libre, mientras que el 6 % respondió en el apartado “otro”, gráfica 3.

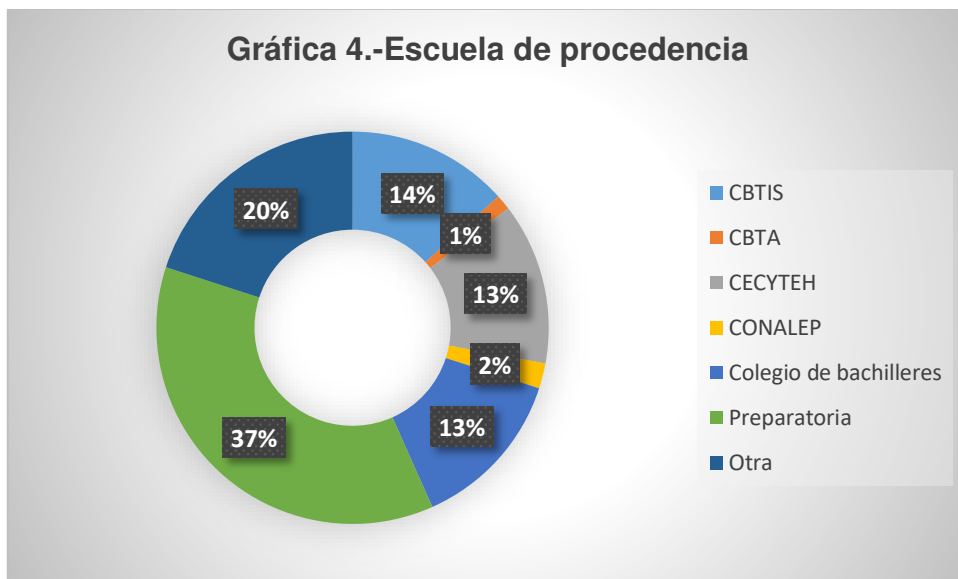
Gráfica 3. Estado civil



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

Mientras que en relación con la escuela de procedencia el porcentaje de 13.3% es igual para el caso de los CBTIS, CECYTEH y Colegio de bachilleres, en tanto que el mayor rango se obtuvo con un 36.7% de los alumnos que provienen de preparatorias.

Gráfica 4. Escuela de procedencia



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos.

Por otra parte, como se puede observar en la Tabla 1, el 84.2% de los alumnos encuestados de la Licenciatura en Gastronomía desean ser fundadores y trabajar en su propia empresa, mientras solamente el 15.8 % se encuentra distribuido en las demás opciones.

Tabla 1. Intención del estudiante al elegir la carrera de Licenciatura en Gastronomía.		
Pregunta 1. ¿Cuál fue su intención al elegir esta carrera?	Frecuencia	Porcentaje %
Empleado en empresa	10	4.2
Empleado en sector público	2	0.8
Empleado en organización no gubernamental	1	0.4
Fundador y trabajar en empresa propia	202	84.2
Sucesor en una empresa familiar	7	2.9
Sucesor en una empresa no familiar	2	0.8
Otro, aún no lo sabe	16	6.7

Fuente: Elaboración propia, junio 2019.

Para hacer una comparación con estudios previos relacionados con el análisis de la intención emprendedora, se hace la separación por género y se divide en dos tiempos: al terminar sus estudios y cinco años después. Al terminar los estudios, tanto hombres como mujeres desean fundar su propia empresa, 71.2 y 70.5% respectivamente; mientras que cinco años después de concluida la licenciatura dichos porcentajes se incrementan a 88.8% hombres y 86% mujeres. Respecto a los porcentajes obtenidos en la opción de trabajar como empleado cuando terminen sus estudios son 18.4% para hombres y 17% en el caso de las mujeres, en tanto que considerando cinco años después estos porcentajes disminuyen a 3.2% para hombres y 6% para las mujeres, como se puede observar en la siguiente tabla 2.

Tabla 2. Intención de los estudiantes de la Licenciatura en Gastronomía al terminar la carrera y cinco años después, separados por género.								
Pregunta 2. ¿Cuál es su intención de elegir esta carrera al terminar sus estudios?	Al terminar sus estudios				Cinco años después			
	Hombres		Mujeres		Hombres		Mujeres	
	F*	%**	F*	%**	F*	%**	F*	%**
Ser empleado	23	18.4	20	17	4	3.2	7	6
Fundar su propia empresa	89	71.2	81	70.5	111	88.8	99	86
Sucesor de una empresa	5	4	1	0.9 %	6	4.8	4	3.5
Otro, aún no lo saben	8	6.4	13	11.6	4	3.2	5	4.5
* F= Frecuencia.								
**%= Porcentaje.								

Fuente: Elaboración propia, junio 2019.

Como se aprecia en la Tabla 3, con relación a la pregunta concerniente a los antecedentes familiares en materia de emprendimiento, el 56.3% de los padres de los alumnos encuestados son trabajadores por su propia cuenta, mientras que el 43.7% no lo son.

Tabla 3. Antecedentes familiares en materia de emprendimiento.			
Pregunta 3. ¿Sus padres trabajan por cuenta propia?		Frecuencia	Porcentaje
Sus padres trabajan por cuenta propia	Si	135	56.3
	No	105	43.7

Fuente: Elaboración propia, junio 2019.

El análisis con respecto a la formación en materia de emprendimiento se puede consultar en la Tabla 4, la cual indica que los alumnos encuestados consideran que sí tienen una formación sólida en un 65.4%. Sin embargo, cuando se les pregunta si han asistido a algún curso optativo en materia de emprendimiento el 65% responde que no. Lo mismo sucede con la pregunta si han asistido a un curso obligatorio y si han estudiado algún programa específico de emprendimiento. Los porcentajes mayores son con la respuesta negativa en 68.3% y 73.3 %, respectivamente. El 89.6 % responden que sí les gustaría recibir información en materia de emprendimiento, ya que actualmente solo el 19.6% se encuentra gestionando su propio negocio.

Tabla 4. Formación en materia de emprendimiento.				
Preguntas realizadas	Si		No	
	F*	%**	F*	%**
5. Considera su formación sólida en materia de emprendimiento	157	65.4	83	34.6
6. Asistió a algún curso optativo en materia de emprendimiento	84	35.0	156	65.0
7. Asistió a un curso obligatorio en materia de emprendimiento	76	31.7	164	68.3
8. Ha estudiado algún programa específico de emprendimiento	64	26.7	176	73.3
9. Le gustaría recibir formación en materia de emprendimiento	215	89.6	25	10.4
10. Actualmente se encuentra gestionando su propio negocio	47	19.6	193	80.4
* F= Frecuencia. **%= Porcentaje.				

Fuente: Elaboración propia, junio 2019.

Conclusión y discusión

En la presente investigación se logró el objetivo de identificar el perfil emprendedor de los alumnos de La Licenciatura en Gastronomía, concluyendo que el 84.2% de los encuestados desean ser fundadores y trabajar en su propia empresa. Estos resultados apoyan la afirmación que realizan Kantis, H., Ishida, M. & Komori, M. (2002), en cuyas investigaciones realizadas en

países de América Latina muestran que aproximadamente el 50% de los emprendedores más dinámicos son graduados universitarios.

Otra variable de influencia en la creación de empresas que está siendo objeto de amplio estudio en los últimos años es la edad y, en este sentido, el estudio revela que este factor es significativo en la intención emprendedora, puesto que el 80% de la muestra bajo estudio se encuentra en un rango de edad de 19 a 24 años. Esta afirmación se suma a las citadas por Fernández y Junquera (2001), quienes consideran que con la edad disminuyen ciertas aptitudes para detectar oportunidades, además de que los jóvenes tienen conocimientos más actualizados, lo cual los hace más propensos al riesgo.

A partir de estos resultados se sugiere elaborar la propuesta de implementar en los planes de estudios de esta carrera, asignaturas relacionadas con el emprendimiento ya que, como se demuestra en este estudio el 65% de los alumnos no han asistido a un curso optativo en esta materia, 68.3% tampoco ha participado en algún curso de este tipo de forma obligatoria y el 73.3% no han asistido a algún programa específico de emprendimiento.

Es por lo mencionado con anterioridad que se abre la discusión a través de la cual pudieran generarse, desde las universidades y otras entidades formadoras, las competencias requeridas por la persona emprendedora. A pesar de esta conceptualización y las recientes iniciativas sustentadas en ella, aún no está clara la influencia que podría tener la educación formal en la desarrollo de emprendedores o si estos esfuerzos educativos serán o no fructíferos, según lo expuesto por Duarte & Ruiz (2009).

Con esto queda demostrada el área de oportunidad que se tiene que tomar en cuenta en los futuros rediseños curriculares de la Licenciatura en Gastronomía en el tema de emprendimiento, puesto que el 89.6% de los estudiantes encuestados responden de forma afirmativa sobre el deseo de recibir información sobre este tema.

Otro aspecto que arroja la investigación al respecto es que tanto hombres como mujeres desean fundar su propia empresa al terminar su carrera, con un porcentaje del 71.2% y 70.5% respectivamente, con lo cual se aprecia una diferencia entre género de solo el 0.7%. Estos resultados se contrastan con los propuestos por Hernández (2013), quien hace mención que la literatura sobre creación de empresas ha vinculado frecuentemente el género con la generación de nuevos negocios, destacando que el sexo masculino habitualmente destaca en los emprendedores. En los últimos años han proliferado los estudios relativos al papel de la mujer en la creación de empresas, tratando de analizar qué género es más emprendedor, lo que a su vez ha dado lugar a la creación de diferentes iniciativas para impulsar la participación e incremento del espíritu emprendedor de las mujeres (Minniti y Nardone, 2007).

La detección, el fomento y la propagación del espíritu emprendedor deben realizarse desde las aulas. Es vital incluir en el sistema educativo mexicano los valores del emprendimiento y la innovación desde muy jóvenes, con el objetivo de que los alumnos perciban el emprendimiento

como una alternativa más que les brinda el mercado laboral. Es importante reconocer que en un mundo cada vez más competitivo, el hecho de que su futuro profesional dependa de un tercero puede no ser ni lo más conveniente ni lo más responsable ni mucho menos la opción más estimulante.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179 a 211.
- Drucker, P. (1994). *La innovación y el empresario innovador: La práctica y los principios*. Barcelona, España: Edsa.
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). EMPRENDIMIENTO, UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO. *Scientia et Technica*, XV(43), 326-331.
- Espí, M., Arana, G., Heras, I., & Díaz, A. (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoade la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*(14), 83-110.
- García, Y., Mendoza, I., & Romo, L. (2017). Relación entre la intención de la elección de la carrera de Ingeniería Civil y la iniciativa emprendedora de los estudiantes de una Institución de Educación Superior Tecnológica en Hidalgo, México. *European Scientific Journal*, 13(34), 101-118.
- GEM . (s.f.). *General Entrepreneurship Monitor*. Recuperado el enero de 2019, de <https://www.gemconsortium.org/wiki/1140>
- GUESSSS. (2017). *Global University Entrepreneurial Spirit Students´ Survey*. Recuperado enero de 2019, de <http://www.guesssurvey.org/goals/>
- Junquera, B. & Fernández, E. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas. *Papeles de economía española*(89-90), 322-342.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2016). *Condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico 2016 : novedades y tendencias para fortalecer e integrar los ecosistemas de la región*. Recuperado el enero de 2019, de http://170.210.53.25/icsedprodem/wp-content/uploads/2015/07/informe-completo-FINAL_2016.pdf
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el enero de 2019, de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00338.pdf>
- Lall, M., & Sahai, S. (2011). *Entrepreneurship*. Nueva Delhi, India: Excel Books. Recuperado el enero de 2019
- Medina, P., Bolivar, A., & Lemes, A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: GUESSSS. *Revista de estudios empresariales*, 2, 63-80.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in Someone Else's Shoes: the Role. *Small Business Economics*, 223-238. doi:DOI 10.1007/s11187-006-9017

- Sánchez, M., Moriano, J., & Sevilla, C. (2003). Guía LUCES para emprendedores. Patronato Pedro de Ibarra. Organismo Autónomo de la Excma. Diputación Provincial de Cáceres. Recuperado el enero de 2019, de http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R01809_luces.pdf
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen. Recuperado el 08 de enero 2019, de http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSSS_INT_2013_REPOR T.pdf
- Veciana, J., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182. doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>