

Las representaciones sociales en los alumnos de los programas en administración de empresas

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Víctor Manuel Casas Sáenz

Universidad Politécnica de Zacatecas

México

juricons@hotmail.com

Leticia Téllez Hernández

Universidad Politécnica de Zacatecas

México

juricons@hotmail.com

Martha Angélica Ramírez Salazar

Universidad Politécnica de Zacatecas

México

juricons@hotmail.com



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

División FCA, Martha Angélica Ramírez Salazar - Fotografía: Rutilo López-Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Las representaciones sociales en los alumnos de los programas en administración de empresas

Resumen

Este trabajo de investigación, se basó en la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. Se realizó un análisis sobre la opinión que poseen los alumnos sobre la imagen de sí mismos como futuros profesionistas. Para tal fin, la metodología empleada, fueron grupos focales que se aplicaron tanto a docentes como alumnos, así como entrevistas semiestructuradas a estos últimos, todos ellos de programas académicos de administración y afines en instituciones públicas del Estado de Zacatecas.

Los resultados arrojan, no obstante, que el perfil de los egresados de los programas en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas (PyME's) además de las carreras afines, sugiere que los mismos salgan con un plan de negocios para su emprendimiento; se detectó que su visión profesional es la de ser empleados, no obstante que en la entidad existen varias incubadoras de empresas, las cuales su función es el asesoramiento en áreas administrativas, productivas, financieras, recursos humanos, mercadotecnia, jurídica, entre otras, todo ello para que el futuro empresario estructure su ente económico, de las cuales su aprovechamiento es mínimo o bien son utilizadas por otras instancias.

Palabras clave: empleador, empleado, ente económico.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>
informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

INTRODUCCIÓN

Las posibilidades de desarrollo para nuestro país y sus regiones, se sustentan en la creación de empresarios, además de la consolidación del sector como condición para que se incrementen la producción y los servicios, conjuntamente el empleo. El disponer de emprendedores responsables, de crear las nuevas empresas, es una tarea compleja, sin embargo, es indiscutible que las IES tienen una alta capacidad y compromiso para involucrarse en la formación, oferta de información, aportación de recursos tecnológicos y lo más importante, la formación de recursos humanos que conozcan este proceso de generación y consolidación de emprendedores y empresas.

No obstante, las representaciones sociales de los alumnos que actualmente están inscritos en los programas de administración y carreras afines (incluyendo PyME's), es factor fundamental para el éxito y consolidación de futuras empresas, y con esto, lograr un repunte no sólo en la economía Zacatecana, sino, en la de todo el país.

Para tal efecto, se realizó una investigación con un método cualitativo en ocho instituciones públicas de nivel superior en El estado de Zacatecas, a las cuales se les aplicó el estudio, todas ellas conteniendo licenciaturas e ingenierías con programas en administración y afines, las cuales fueron: el Instituto Tecnológico de Zacatecas, los Institutos Tecnológicos Superiores que están en Fresnillo, Jerez, Loreto, Río Grande, y Sombrerete; además a la Universidad Autónoma de Zacatecas, así como a la Universidad Tecnológica del Estado de Zacatecas. En cada institución, se aplicó la técnica conocida como grupo focal, con 5 integrantes tanto a docentes como alumnos. A estos últimos, también se les realizó una entrevista semiestructurada a 3 distintos alumnos; que en total fueron 104 participantes. El período de estudio duró 6 meses a partir de Noviembre del 2011.

Todo ello, con la finalidad de conocer la opinión de los alumnos referente a la carrera que actualmente estudian, y lo más importante, respecto a su futuro profesional. Entre los resultados más importantes que arroja la investigación, es que los estudiantes aspiran a conseguir un trabajo al momento de egresar de la Universidad donde actualmente estudian, dejando de lado la creación de empresas, pues argumentan que es mejor tener seguridad con un sueldo y prestaciones fijas, a emprender una aventura al constituir su propio ente económico.

PLANTEAMIENTO DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

El propósito de este estudio cualitativo, fue el conocer la representación social que tienen los alumnos de la imagen de sí mismos como futuros profesionistas de las licenciaturas e ingenierías con programas en administración y afines, para identificar y comparar la visión que poseen los docentes sobre el tópico de investigación en las 8 instituciones educativas de nivel superior que están en el estado de Zacatecas que corresponden a los programas de administración o afines. En esta fase de la investigación, la representación social que

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

aportan los alumnos y docentes, se definirá en términos generales como que no existe diferencia entre ambas ideas de los futuros profesionistas y cubren el perfil de egreso.

Con relación a lo anterior, se tiene cuestionamientos naturales y básicos. Los cuales son: ¿Realmente se está formando profesionistas que emprendan MiPyMEs?, ¿Se aportará por parte de la institución educativa los elementos necesarios para tener la visión emprendedora a los futuros profesionistas?, ¿Los docentes que imparten sus cátedras en las IES con programas en administración, transmiten la necesidad de emprender a los futuros profesionistas? Estos cuestionamientos base, se consideran para detectar la representación social que se tiene por parte de los alumnos y docentes, ya que actualmente puede ser un problema si varía la intención Institucional de fortalecer el perfil de egreso y el objetivo del programa académico, de generar un proceso de emprendimiento que contribuyen como una fuerte fuente de empleo y de impulso para el desarrollo económico de nuestro país.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

1. REPRESENTACIONES SOCIALES

1.1 Concepto

La representación social, es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas, gracias a las cuales, los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (Moscovici, 1979).

Octubre 3, 4 y 5 de 2012

Ciudad

Bajo esta concepción, se plantean cuatro elementos referentes de la representación social: la información, que está relacionado con lo que se sabe, la imagen, que se relaciona con lo que se ve, las opiniones, que se relacionan con lo que se cree y por último, las actitudes, que está relacionado con el sentir. Por lo tanto, conocer o establecer una representación social implica determinar (información), es decir qué se sabe, qué se cree, cómo se interpreta (campo de la representación) y (actitud) cómo se actúa.

Jodelet (1986), señala que las representaciones sociales son imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que sucede, incluso, dar un sentido a lo inesperado, categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con los que se tiene algo que ver.

Así pues, la noción de representación social nos sitúa en el punto donde se interceptan lo psicológico y lo social, concierne a la manera de cómo nosotros (sujetos sociales), aprendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, en pocas palabras al “conocimiento espontáneo” que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común. La condición de producción de una representación social, depende al mismo tiempo de la ideología, de los valores sociales y de las prácticas desarrolladas con relación al objeto. (Abric, 1994)

http://co
informa
Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Piña (2003), argumenta que las representaciones sociales, no son una reproducción fiel del exterior, o de la repetición mecánica de una definición o de un concepto, sino una interpretación que los actores hacen de la realidad empírica o de un concepto, o de ambas cosas bajo la medición del acervo cultural. Establece que si se asume una representación social como copia del exterior, entonces todos los actores que observan o participan en un acontecimiento social compartirían la misma opinión. Sin embargo, el movimiento social es rebelde para ser encajonado de esa manera, ya que todo acto, acontecimiento u objeto se observa, analiza, explica e interpreta desde la visión particular de los actores y que estos conocimientos forman parte del conocimiento del sentido común.

1.3 Características de la representación social

Las representaciones sociales tienen algunas características fundamentales;

- Se constituye como la imagen de un objeto, persona, acontecimiento, idea, etc. y por eso se la llama de este modo, ya que lo representa.
- Tiene un carácter simbólico y significante. La representación como imagen, concepto, etc. no es una mera reproducción del objeto ausente, sino que es una construcción, donde el sujeto aporta algo creativo.
- La Representación Social, surge de una simple actividad cognitiva del sujeto que la construye en función del contexto, es decir, de los estímulos sociales que recibe, y en función de valores, ideologías y creencias de su grupo de pertenencia, ya que el sujeto es un sujeto social.
- Las representaciones sociales regulan las relaciones sociales, y se constituyen en un verdadero ambiente en el que se desenvuelve la vida cotidiana.

1.4 Las Representaciones Sociales como intersección entre la ciencia y la sociedad

El concepto de representación social es respectivamente nuevo en el campo de las ciencias sociales. Tan es así que, Jodelet (1986), manifiesta que las primeras referencias a este concepto datan en el año de 1961 con Moscovici. Sin embargo, la complejidad de este fenómeno es tal que Moscovici mismo afirma que, " si bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto ".

Es importante establecer que las representaciones sociales, aparecen en la intersección entre la ciencia y el sentido común, como una forma por la cual la mayoría de los individuos no formados en cuestiones científicas, se involucran en la vida cotidiana ante la gran difusión de términos y teorías científicas.

Moscovici (1986), establece que la teoría de las representaciones sociales, trata de explicar la diferencia que existe entre el ideal de un pensamiento conforme a la ciencia, la razón y la realidad del pensamiento del mundo social, y como éste se va conformando, es decir, de qué forma el pensamiento de sentido común, lleno de teorías y basado en la percepción, acumula toda la información acerca de los descubrimientos, nociones y los conceptos de la ciencia, y cómo todo este bagaje se transforma en una ciencia popular que influye sobre la manera de ver el mundo y cómo se refleja esta forma de pensar en su actuar.

Asimismo, las representaciones sociales pueden interpretarse en categorías que permiten clasificar fenómenos e individuos, o bien como imágenes que condensan un conjunto de significados. Por lo cual se establece que una representación social designa una forma de conocimiento específico, así como el saber del sentido común enlazado con el pensamiento social.

Estableciéndose que las representaciones sociales interceptan lo psicológico y lo social, y en tal sentido, es que mantienen relación con el contexto social de los sujetos que las manifiestan constituyendo modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación mediante las que circulan, la comprensión y el conocimiento del entorno social, presentando características específicas, organizando contenidos y las funciones que desempeñan dentro de la interacción con el mundo.

Lacolla (2004), resalta la complejidad de este concepto debido a que una representación social es también, una relación entre sujetos. Por lo que puede decirse que es la representación que se forma un sujeto de otro sujeto u objeto, es una relación del individuo con las cosas y los demás hombres.

2. PyMES

2.1 Concepto

Rodríguez (2001), las ha definido como aquellas pequeñas y medianas empresas que forman parte del mercado en nuestro país, tienen características específicas en relación a los límites de su capital y de su personal. Poseen una participación importante dentro de lo que se refiere al PIB, las Pymes, no sólo son importantes por sus aportaciones en bienes y servicios, sino, porque son empresas que se adaptan fácilmente a los cambios tecnológicos y son una fuerte fuente de empleo y de impulso para el desarrollo económico de un país.

Desde el punto de vista de la política de desarrollo económico y social de México, las pyme, se definen como aquéllas que merecen apoyo pleno; pero no las encuentran ni en las instituciones privadas, ni en las oficinas públicas debido a su pequeñez, lo cual, representa una dificultad para que las instituciones o mecanismos establecidos puedan auxiliarla en los aspectos administrativos, financieros, técnicos y de mercado. Desde el punto de vista financiero, se dice que es aquélla que no es sujeto de crédito. (Anzola, 2002).

Opinión anterior que a la fecha la consideramos caduca, pues en México actualmente existen fuentes de financiamiento, tanto del sector público como del privado, que se dedican a otorgar apoyos para este sector.

Para efectos del presente trabajo, entenderemos por PyMES la definición señalada en el artículo 3 fracción III de la Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña, y mediana empresa vigente en nuestro país que a la letra reza:

Son micro, pequeñas y medianas empresas, aquéllas legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación, partiendo de la siguiente:

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Cuadro 1. Estratificación

Estratificación por Número de trabajadores			
Sector/ Tamaño	Industria	Comercio	Servicio
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario Oficial de la Federación

Se incluyen productores agrícolas, ganaderos, forestales, pescadores, acuicultores, mineros, artesanos y de bienes culturales, así como prestadores de servicios turísticos y culturales.

2.2 Importancia de las PyMES en México

La administración, es un tema de vital importancia en la actualidad para todo tipo de rama, organización y sobretodo, en la pequeña y mediana empresa. La administración tiene como propósito, hacer que dichas empresas trabajen uniformemente, se necesitan “administradores” para convertir los recursos desorganizados de las personas, la maquinaria, y el dinero en empresas útiles. (Rodríguez, 2001).

Atendiendo a INEGI (2004), las empresas PyMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional, se puede afirmar que es el 90% ó un porcentaje superior de las unidades económicas.

Por lo que respecta a nuestro país, siguiendo con los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México, existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES que generan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 72% del empleo en el país.

2.3 Estímulos y apoyos

En este apartado pretendemos destacar el papel fundamental que tienen las incubadoras de empresas, pues creemos que es el ente idóneo que puede ayudar a los alumnos a preparar su plan de negocios y acompañarlo en el proceso de creación de la empresa proporcionándole consultoría en las diversas áreas que necesitan manejar al ser empresario, tales como mercadotecnia, calidad, contabilidad, jurídica, financiera entre otras. De igual forma no podemos dejar de mencionar los principales organismos tanto públicos como privados, que ayudan a la consolidación de las empresas (motivo del presente trabajo), tales como: Fondo PYME, NAFINSA, HIR PYME, Oportunidades para emprendedores S.A de C.V, FICEN, entre otros.



a. Incubadoras de empresas en Zacatecas

Entendiendo por incubadora, la entidad que pone a disposición de empresas (que usualmente están en las primeras etapas de funcionamiento) un ambiente protegido para facilitar su inserción en el mercado a objeto de aumentar su probabilidad de sobrevivencia durante el primer año.

Las instituciones educativas en Zacatecas, constituyen un pilar fundamental para estrechar y consolidar un vínculo entre Gobierno del Estado, empresarios y sector educativo. En este sentido, la Secretaría de Desarrollo Económico, ha comprendido que para fortalecer a los empresarios y consolidar negocios que desde su creación tengan un futuro, vincula directamente la experiencia empresarial, con la experiencia educativa. De esta forma, se ha consolidado un vínculo con las instituciones educativas que se han enfocado en crear y desarrollar pequeñas empresas o microempresas, manteniendo el apoyo a las mismas en sus primeras etapas de vida.

Zacatecas cuenta con 6 incubadoras de empresas dirigidas por instituciones educativas como: Universidad Tecnológica del Estado de Zacatecas (UTEZ), Instituto Tecnológico de Zacatecas (ITZ), Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ), Instituto Tecnológico Superior de Fresnillo (ITSF), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey campus Zacatecas (ITESM) y Universidad Politécnica de Zacatecas (UPZ).

3. PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y AFINES

Dentro del Estado de Zacatecas contamos con 57 programas de Administración, ya sea a nivel de licenciatura o ingeniería. Éstas, se reparten así:

Octubre 3, 4 y 5 de 2012

Ciudad Universitaria

- 13 son en Administración,
- 19 en Administración y/o Gestión de Empresas,
 - 10 en Administración de Empresas Turísticas,
 - 16 en Administración Pública, Innovación Empresarial, Logística, Comunicación Organizacional y Marketing, Industrial y Creación de Empresas, Informática Administrativa, Mercadotecnia, Innovación y Dirección de Negocios, PYMES y Recursos Humanos.

La oferta descrita, se imparten en 20 Instituciones de Educación Superior, de las cuales 8 son Públicas y 12 Particulares y están ubicadas de la siguiente manera:

Cuadro 2: Oferta de administración y afines en Zacatecas

Municipio	# de Instituciones	Municipio	# de Instituciones
Zacatecas	9	Sombrerete	1
Guadalupe	4	Jerez	1
Fresnillo	4	Loreto	1

Fuente: Secretaría de Educación y Cultura

http://
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Las instituciones mencionadas con sus programas, atienden en total 3,889 alumnos, los cuales se encuentran divididos en los siguientes ciclos escolares:

Cuadro 3: Matrícula

Carreras	1 ciclo	2 ciclo	3 ciclo	4 ciclo	5 ciclo	6 ciclo
Administración	1126	808	940	476	394	75
Contaduría, Finanzas y Economía	494	414	420	317	311	0

Como podemos observar en el 4°, 5° y 6° ciclo escolar, el número de egresados será considerable, toda vez que va de 476, 394 y 75 respectivamente. Asimismo, encontramos un egreso de dichas carreras de 706 alumnos, con una titulación de sólo 500 alumnos.

Al revisar tanto el objetivo, como el perfil de egreso de los programas señalados, se integraron de la siguiente manera:

Objetivo

Formar profesionistas con capacidades gerenciales, altamente competitivos, que respondan a los desafíos a los que se enfrentan las organizaciones en ambientes de incertidumbre, dirigiendo eficazmente sus recursos y funciones a través de una visión vanguardista para diseñar, evaluar y aplicar estrategias que permitan innovar o mejorar procesos en la organizaciones en un marco de sustentabilidad.

Perfil de egreso

Es el profesionista que posee una sólida formación para la toma de decisiones en un contexto globalizado y cambiante, aplicando los conocimientos y herramientas de la Administración en las diferentes áreas funcionales de las empresas, con un espíritu emprendedor y capacidad de liderazgo, que impulse y respalde el desarrollo integral de las instituciones, así como la gestión de pequeñas y medianas empresas.

Atendiendo de esta manera, tanto al objetivo como el perfil de egreso de los alumnos que estudian un programa académico en administración; éste tendría que ser el de constituir su propia empresa, más sin embargo, su representación social hoy día es la de ser empleados en lugar de empleadores. Debemos tener claro que uno de los insumos indispensables para el desarrollo de nuestro Estado, es la disponibilidad de un sector dedicado a las actividades inherentes a la creación de empresas, al crecimiento de las que existen y al logro de la indispensable sostenibilidad. Estas condiciones –en un contexto legal, fiscal y de infraestructura favorable- garantizan, además de la creación de riqueza, la ampliación y cualificación de los empleos existentes y la transformación permanente del entorno.



METODOLOGÍA

El alcance de la investigación fue en base al estudio descriptivo, ya que se buscó especificar las propiedades y características de los participantes en relación al tema investigado, para posteriormente describir la información recolectada. El objetivo de la investigación fue:

“Conocer la representación social que tienen los alumnos de la imagen de sí mismos como futuros profesionistas de las licenciaturas e ingenierías con programas en administración y afines, para identificar y comparar la visión que poseen los docentes sobre el tópico de investigación en las 8 instituciones educativas de nivel superior que están en el estado de Zacatecas que corresponden a los programas en administración o afines”.

Para lo anterior, se decidió que el enfoque de la concepción del conocimiento fuera de tipo pragmático; ya que se enfatizó en la preocupación por las aplicaciones, es decir, lo que funciona y soluciones al problema de investigación. Fue no experimental, no aleatoria; ya que no se tuvo la finalidad de evaluar las implicaciones entre variables y los sujetos de investigación, se dieron por cuotas de conveniencia.

Se utilizó el método cualitativo para el presente trabajo de investigación. En cada institución se aplicó la técnica conocida como grupo focal, con 5 integrantes tanto a docentes como alumnos. Con un serie de preguntas semiestructuradas, ya que permite al investigador tener control sobre la línea de cuestionamientos. También se les realizó una entrevista semiestructurada a 3 distintos alumnos por cada institución, que en total fueron 64 alumnos y 40 docentes, es decir, 104 participantes. El período de estudio es en un solo momento, es decir, transversal. Ya que no se volvió a recolectar en más de una ocasión por institución educativa, que duró 6 meses a partir de Noviembre del 2011.

Octubre 3, 4 y 5 de 2012

Ciudad Las ocho instituciones públicas de nivel superior en el estado de Zacatecas a las cuales se les aplicó el estudio, (todas ellas conteniendo licenciaturas e ingenierías con programas en administración y afines), fueron: el Instituto Tecnológico de Zacatecas, los Institutos Tecnológicos Superiores que están en Fresnillo, Jerez, Loreto, Río Grande, y Sombrerete. Además a la Universidad Autónoma de Zacatecas, así como a la Universidad Tecnológica del Estado de Zacatecas.

Para el proceso de investigación se abordaron las temáticas siguientes:

- 1) Selección de los programas de administración y afines.
- 2) Imagen de los programas de administración y afines.
- 3) Cumplimiento de expectativas durante el transcurso de sus estudios.
- 4) Proyecto de Vida al egresar.
- 5) Recomendaciones para la institución para que se cubran las expectativas.
- 6) Giro del negocio a emprender.
- 7) Ser empleado o empleador.
- 8) Las fuentes de financiamiento e incubadoras de empresas.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Se procesó la información que se grabó de manera electrónica, la cual se transcribió para posteriormente agrupar las aportaciones en el total de los grupos focales, considerando la frecuencia de los contenidos generando temas y aspectos en los cuales, se contabilizó unitariamente y en conjunto para poder así encontrar el porcentaje estadístico correspondiente, y de igual modo las entrevistas semiestructuradas, indicando de manera descriptiva los resultados obtenidos de menor al mayor de las ocasiones en que se presentaron las respuestas condensándolas en las ideas particularizadas para su posterior congregación de manera general. Los encargados de la agrupación de la información fueron los mismos autores, así como los responsables de aplicar las técnicas de recopilación de datos; tratando en todo momento la precisión de los datos para aportarse una credibilidad de la información y así garantizar la validez de los resultados.

RESULTADOS

Se consideraron cinco aspectos muy concretos, que son: la selección y la imagen de la carrera, el alcance que se tiene cubierto sobre sus expectativas, su proyecto de vida al egresar y recomendaciones para la institución para que se alcancen sus expectativas de formación profesional. A continuación se enuncia el rubro y el cuestionamiento que se les hizo, a los alumnos del 1er y último ciclo como a los docentes, asimismo las entrevistas semiestructuradas, indicando los aspectos que se generaron y agruparon desde el de menor porcentaje al mayor de ellos, colocando el valor correspondiente al inicio entre paréntesis. Cabe hacer mención que la presencia del investigador pudo provocar respuestas sesgadas, pero no fue en ningún momento la intensidad.

1) Selección del programa de administración o afín. *¿Por qué eligieron la carrera de administración?*

ALUMNOS

1er ciclo:

a) (6%) Muy a fin al área de contabilidad y económico administrativas. **b)** (19%) Les gusta relacionarse con personas. **c)** (22%) Para desarrollar habilidades tales como el hablar bien y aplicar la administración. **d)** (25%) Crear y manejar su propia empresa. **e)** (28%) Por la versatilidad y múltiples áreas laborales.

Último ciclo:

a) (9%) Después de conocer el contenido curricular, se decidieron en ingresar. **b)** (13%) Debido a su experiencia laboral de contar a su cargo personal. **c)** (16%) Se interesaron en la carrera. **d)** (19%) Para apoyar a las empresas familiares. **e)** (22%) Emprender su propia empresa. **f)** (22%) Mejorar su condición actual de ingresos al poner un negocio.

DOCENTES

a) (4%) A la relativa simplicidad de la carrera con relación a las ingenierías. **b)** (4%) Pretender emprender sus proyectos. **c)** (8%) La eligen, ya que tienen el perfil para la carrera. **d)** (13%) Les gusta lo relacionado con la administración de personal, recursos físicos y económicos. **e)** (21%) Porque en su familia cuentan con un negocio y/o empresa.

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

f) (21%) Tienen el bachillerato afín, los menos son de otra disciplina. g) (29%) Desean emplearse en una empresa reconocida.

2) Imagen de los programas de administración y afines. ¿Qué imagen tienen de su carrera?

ALUMNOS

1er ciclo:

a) (6%) Interrelación de personas. b) (16%) Desarrolla habilidades para estar frente a una empresa. c) (22%) No percibe mucho de la carrera. d) (25%) Bancos, nómina y transacciones. e) (31%) Actividades administrativas.

Último ciclo:

a) (6%) Estar al frente de una empresa. b) (9%) Es algo diferente, no sólo Licenciatura en Administración de Empresas. c) (16%) Los preparan para dirigir una empresa consolidada. d) (19%) Gestión es sólo un adorno. e) (22%) No se imaginaban que podían formular su propia empresa. f) (28%) Ven que los pueden preparar para estar en una empresa.

DOCENTES

a) (8%) La ven como una oportunidad de generar su propio negocio. b) (13%) Es una carrera en donde se fomentan las habilidades interpersonales para el trabajo. c) (21%) Multidisciplinaria, para poder colocarse en las empresas de cualquier giro. d) (29%) Le van a otorgar herramientas para desenvolverse en el área administrativa en una empresa. e) (29%) Les puede dar la oportunidad de acomodarse más rápido en áreas gerenciales.

3) Cumplimiento de expectativas durante el transcurso de sus estudios. Durante el transcurso de sus estudios, ¿se han ido cumpliendo sus expectativas?

ALUMNOS

1er ciclo:

a) (6%) Sí ha cubierto las expectativas, sólo que es muy teórica. b) (9%) A pesar de que no confiaban en la carrera, alcanzaron sus expectativas. c) (16%) No tenían ninguna expectativa, les ha encantado saber en qué consiste la carrera. d) (19%) Están conformes con lo que se les ha impartido. e) (22%) Solicitan que se les otorgue más información de la carrera. f) (28%) A pesar de que no fue la primera opción o no pudieron estudiar en donde se deseaba, les ha gustado estudiar la carrera.

Último ciclo:

a) (3%) Al comienzo se tiene una expectativa muy distinta, ahora, en las dos condiciones se ha logrado cumplir. b) (9%) En parte, ya que cuando se realizan las estadías, prácticas profesionales y servicio social se dan cuenta de que les faltan elementos por conocer. c) (13%) A pesar de que no se sienten muy motivados por emprender un negocio, no se cumplen todas sus expectativas. d) (16%) En relación a lo teórico, se han rebasado sus expectativas; en cuanto a la práctica o experiencia, se han quedado cortos. e) (16%) Sí se han logrado, ya que se perciben capaces profesionalmente en los trámites administrativos y las actividades controladas; sólo les hace falta experiencia. f) (22%) Vislumbran que poseen cualidades necesarias para estar enfrente de cualquier negocio. g) (22%) Las materias que les han impartido han cubierto sus expectativas.

http://ce
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

DOCENTES

a) (25%) Es ordinario que los recién ingresados tengan una idea no muy clara de lo que es la carrera, no en todos es su primera opción. Por lo tanto, sus expectativas son mínimas y cuando comprenden en lo que consiste la carrera, se forjan sus ideales y se alcanzan conforme se lo proponen, mediante las distintas materias. **b)** (33%) Se va denotando conforme lo expresan al momento de ver las materias que se les imparte en la carrera. **c)** (42%) Al casi culminar sus estudios es frecuente que expresen su sentir con respecto a sus expectativas, señalando que fueron alcanzadas en su mayoría.

4) Proyecto de Vida al egresar. *¿Cuál es su proyecto de vida al egresar?*

ALUMNOS

1er ciclo:

a) (6%) Si no se puede emprender una empresa de manera inmediata al egresar, seguirán estudiando su posgrado. **b)** (9%) Laborar fuera del estado, para tomar experiencia y posteriormente regresar al mismo para desarrollarse mejor. Después meter un proyecto para realizar su empresa. **c)** (16%) Seguir con estudios de posgrado y combinándolo con el trabajo. **d)** (25%) Si desde sus prácticas profesionales o estadías consiguen trabajar ahí, se quedan laborando. De lo contrario conseguir un financiamiento para crear una empresa. **e)** (44%) Trabajar en una empresa consolidada para realizar un negocio y tener el sustento para su empresa.

Último ciclo:

a) (6%) Colocarse laboralmente en el gobierno, sin importar el puesto. **b)** (28%) Trabajar para una empresa estable que garantice su puesto. **c)** (31%) Asociarse para buscar financiamiento y emprender un negocio si no se consigue, solicitar empleo en una empresa. **d)** (34%) Buscar trabajo, no importando que sea una pequeña empresa, ya que tendrá la oportunidad de crecer junto con ella.

DOCENTES

a) (13%) En un número bajo es el de poner su propia empresa, a pesar de que de manera inicial se ven atraídos a esta idea al momento de comenzar sus primeros ciclos de estudios. **b)** (21%) Ser consultores para el apoyo operativo de MiPyMEs. **c)** (29%) Solicitar un financiamiento para emprender su idea de negocio. El continuar estudiando su siguiente grado académico combinándolo con un empleo. **d)** (38%) El solicitar trabajo en una empresa de renombre que les dé una oportunidad de trabajo.

5) Recomendaciones para la Institución para que se cubran las expectativas. *¿Qué recomendarías a la Institución para que se cumplan con las expectativas?*

ALUMNOS

1er ciclo:

a) (16%) Motivar más a los alumnos para poder emprender. **b)** (16%) En la incubadora de empresas simplificar los trámites para poder llevar un proyecto emprendedor y consiga fondos para ponerlos en marcha. **c)** (19%) Las materias que no sean tan teóricas. **d)** (22%) Intercambio estudiantil internacional. **e)** (28%) Los maestros dan posturas de ser emprendedores y otros en las clases, dicen que el mercado está muy difícil para ingresar en él. No deberían de contradecirse.

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

Último ciclo:

a) (3%) Inculcar la idea de ser emprendedores. **b)** (6%) Subir el nivel de exigencia al momento de realizar los proyectos para emprender. **c)** (9%) Incluir en las clases sistemas informáticos que usan actualmente las empresas. **d)** (13%) Que sean viajes de prácticas y no sólo visitas a empresas. **e)** (16%) Las materias relacionadas con proyecto de emprendedores y plan de negocios, impartirse al inicio de la carrera y darles seguimiento. **f)** (25%) La incubadora de empresas institucional, debe de modificar sus actividades y se encamine a encontrar los medios para bajar recursos y poder financiar más a los estudiantes emprendedores y no solo externos. **g)** (28%) Aportar las bases de ser emprendedores desde el primer ciclo de formación. Para no sólo aspirar a ser empleados de una empresa.

DOCENTES

a) (4%) Realizar ferias empresariales para dar a conocer sus ofertas de empleo. **b)** (4%) Invitar a emprendedores, de preferencia egresados, para que expongan sus experiencias. **c)** (8%) En la incubadora de empresas institucional, debe de realizar mejor sus funciones para que se apoyen a más proyectos emprendedores de los alumnos y no a externos. **d)** (13%) Tener más contactos en las empresas para contar con una muy buena bolsa de trabajo. **e)** (21%) Generar intercambios estudiantiles a nivel nacional e internacional. **f)** (21%) Modificar el enfoque de las materias para que sean más prácticas. **g)** (29%) Fortalecer la visión emprendedora de la carrera.

Se encontró como dato adicional, al momento de que se les cuestionó a los alumnos que en caso de emprender un negocio, de qué giro sería. Se agruparon las respuestas en los siguientes aspectos:

- (63%) Servicios: Alimentos preparados, bebidas alcohólicas, en construcción y en publicidad.
- (18%) Producción: Procesamiento de productos del campo y ganadería. Específicamente en engorda de ganado para su venta nacional y de exportación.

Además, se les cuestionó que si al momento de egresar se les diera la oportunidad de emprender un negocio o si recibieran una propuesta de trabajo en una empresa reconocida, *¿cuál sería su decisión?* Se generó la siguiente tipificación de las respuestas:

- (4%) No aceptarían la propuesta de trabajo ni la de emprender un negocio, ya que prefieren buscar trabajo en gobierno.
- Sí aceptaba, pero:
- **a)** (4%) Siempre y cuando que el salario y puesto les convengan. **b)** (8%) Sólo para ver que lo que aprendieron sí se aplica en las empresas. **c)** (8%) En base a la experiencia que adquiriera, podrá complementar su plan de negocios y así solicitar un financiamiento minimizando la posibilidad de fracaso. **d)** (13%) Para adquirir experiencia y sólo así emprender una empresa. **e)** (17%) Con la intención de reunir fondos y establecer su propio negocio. **f)** (21%) Sin dejar de largo su proyecto de emprendimiento. **g)** (25%) Así tendría la oportunidad de ir creciendo junto con la empresa y si le va bien, ahí seguirá.

<http://congresoinforma.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En la presente sección, se aporta un análisis de resultados de lo arrojado en el proceso de investigación. Aportando al conocimiento una evaluación del impacto de los programas académicos cuyos objetivos incluyen la formación de administradores, emprendedores y de la administración de MiPyMEs. Los cuales se presentan a continuación.

Se presentó algo muy interesante en los alumnos entrevistados, ninguno optó por emprender un negocio de primera intención. Se les cuestionó el por qué y la gran mayoría mencionó que es muy tedioso el proceso de solicitud de apoyos para el financiamiento. Además indicaron que las incubadoras de las instituciones los hacen perder tiempo y por comentarios de otros, señalan que no todos los que entran a ese proceso, se les apoya. Así que mejor optan por otras situaciones. Los que son los menos, indicaron que hasta que tengan el recurso monetario se animarían a emprender.

Se mencionó además, que probablemente el decidir laborar en una empresa al egresar, es escudarse a no arriesgarse a emprender. Ya que se genera una coraza antiemprendimiento, indicando que se desea tener más experiencia para ello. Tal vez porque se quiera hacer desde un principio una gran institución con todos sus elementos y aditamentos. Señalan que es mejor arriesgarse poco a poco, emprendiendo realmente MiPyMEs. Además perciben que el apoyo que ofrece la incubadora en su institución no les resulta tan práctica, ya que tienen la idea de que es muy prolongado el tiempo para poder liberarse su proyecto emprendedor para aspirar a su emprendimiento. Que en ocasiones suele ser más de 24 meses. Además las dependencias que se dedican a otorgar financiamiento, los alumnos las consideran que el beneficio no es el idóneo y se tiene un proceso muy complicado.

Se concluyó que la representación social de los alumnos del programa en administración y afines al momento de egresar, están mentalizados en emplearse en una institución ya establecida, con la esperanza de adquirir la experiencia tanto profesional (continuando con sus estudios de posgrado) como laboral, para así en un futuro tener la posible seguridad de emprender su negocio. Los profesores corroboran de manera independiente la percepción del alumno de sí mismo. Descartando la condición de egresar de manera emprendedora.

Se exhorta a las instancias correspondientes, revisar de manera detallada los programas académicos al menos del área administrativa, para que ponderen con mayor precisión los elementos y medios para alcanzar el perfil de egreso deseado.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Trabajos citados

- Abric, J. C. (1994) (%) *Pratiques sociales et représentations*. París: PUF.
- Anzola, S. (2002) (%) *Administración de pequeñas empresas*. México D.F: Mc-Graw-Hill.
- INEGI. (2004) (%) *Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los Establecimientos*. México: Censos Económicos, .
- Jodelet, D. (1986) (%) *La representación social: fenómenos, concepto y teoría*. Barcelona: Paidós.
- Lacolla, L. H. (2004) (%) Representaciones sociales: una manera de entender las ideas de nuestros alumnos. *Revista electrónica de la Red de Investigación Educativa*.
- Moscovici, S. (1979) (%) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Argentina: Huemul S.A.
- Piña Osorio, J. M. (2003) (%) *Representaciones, imaginario e identidad*. México: UNAM.
- Rodríguez Valencia, J. (2001) (%) *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas Exportadoras*. México: Thomson.
- Rodríguez Valencia, J. (2002) (%) *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. México: Thomson.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVIII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510