

Análisis fenomenológico sobre la influencia del factor socioeconómico en el emprendimiento universitario

Phenomenological analysis on the influence of the socioeconomic factor in university entrepreneurship

Fredy Alexander Galindo Castro¹ Carlos Eduardo Angel Arias¹

¹ Faculta de Ciencias Administrativas, Bogotá, Distrito Capital, Colombia

Cómo citar este artículo:

Galindo Castro, F., & Angel Arias, C. (2024). Análisis fenomenológico sobre la influencia del factor socioeconómico en el emprendimiento universitario. *Gestión Ingenio Y Sociedad*, 0, 31-37. Recuperado de <http://gis.unicafam.edu.co/index.php/gis/article/view/151>

Aprobado: 2023-12-15 21:17:25

Correspondencia: Carlos Eduardo Angel Arias. Fundación Universitaria Cafam carlos.angel@unicafam.edu.co

INTRODUCCIÓN

Existen diferentes factores asociados a que las iniciativas emprendedoras por parte de universitarios se puedan llevar a cabo o no, por ende, se pretende analizar el papel del factor socioeconómico en el emprendimiento universitario colombiano a partir de una mirada empresarial y académica, realizando una indagación sobre las condiciones sociales y económicas que afectan de manera positiva o negativas las iniciativas de los estudiantes universitarios a la hora de emprender.

En Colombia, el emprendimiento universitario cada vez va tomando mayor relevancia, en gran parte por las iniciativas del gobierno con el fin de fomentar la cultura del emprendimiento desde la academia. Sin embargo, el país presenta problemas sociales y económicos de fondo que pueden influir de manera determinante en la intención de emprender.

De acuerdo con cifras brindadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2019), para el año 2018 el porcentaje de personas en situación de pobreza en la nación colombiana fue del 27% y 7,2% de personas en situación de pobreza extrema, con base en esta información es evidente que Colombia eso uno de los que países donde hay mayor desigualdad y pobreza en la región, uno

de los factores que más inciden en la pobreza extrema tiene que ver con el nivel educativo. En este escenario el emprendimiento juega un papel importante, ya que, por medio de las iniciativas emprendedoras, se crean y formalizan empresas, hay generación de empleo y la desigualdad y pobreza pueden disminuir permitiéndole a las personas tener una mejor calidad de vida (Rubio, et al., 2020).

Ante este panorama factores como el nivel educativo de las familias, la carencia de recursos económicos, el difícil acceso a financiación y el entorno familiar son claves en la intención emprendedora de los universitarios. Ahora bien, los estudiantes universitarios de estratos bajos realizan un esfuerzo enorme por no abandonar sus estudios, lo que hace que busquen empleo de manera permanente para poder sostenerse sin tener como opción e generar alguna iniciativa emprendedora.

Según un artículo del diario Portafolio (2019), la estabilidad socioeconómica influye en los jóvenes entre 22 y 36 años, ya que los de clase media baja prefieren un empleo estable que les permita tener una pensión en un futuro y se conforman con tener casa, carro y conformar una familia. Por otra parte, los jóvenes con niveles socioeconómicos medio altos no consideran la idea de estar por más de dos años en una empresa y desean emprender sus propios

negocios, esto porque tienen permanente acceso a información y se encuentran en una comunidad global y cabe la pena resaltar que el dinero no es el fin sino un medio que les permite tener la vida que desean, caso contrario pasa con los menos favorecidos que sobreviven con lo poco que ganan.

Hay que tener en cuenta que en Colombia son muy pocas las mediciones que se hacen sobre el emprendimiento, teniendo carencia de datos en este ámbito, razón por la cual resulta interesante tener el abordaje del estudio con una mirada desde la academia y el sector empresarial, por parte de expertos a fin de describir los principales factores socioeconómicos que influyen en el emprendimiento universitario en el contexto colombiano.

Como referencias se emplearon aportes investigativos de Tarapuez, García, & Castellano (2018) y Martínez, et al., (2021) así como planteamientos de Henao Mesa, (2020) sobre las dificultades para emprender y las principales variables del factor socioeconómico que influyen en el emprendimiento universitario. Se tomó la definición científica de la Real Academia Española (2014) e información del DANE (2023) para comprender el factor socioeconómico en Colombia.

Conceptualización del factor Socioeconómico

Desde la definición científica se entiende por socioeconómico lo que se refiere y hace parte a factores sociales y económicos de nuestra sociedad Real Academia Española (2014). Es decir, que el concepto alude a las condiciones culturales, familiares, ocupacionales, educativas y económicas de un individuo.

En Colombia existe la estratificación social, según el DANE (2023) se clasifica a los hogares teniendo en cuenta diferentes criterios de categorización, los cuales no se relacionan con los ingresos que tenga una persona, por el contrario, se fundamenta en las condiciones de la vivienda en la que las familias habitan, así como el entorno o zona en la que se encuentren. Son seis los estratos en los que se pueden clasificar las viviendas de los colombianos: estrato 1 significa Bajo-bajo, el 2 es Bajo, 3 - Medio-bajo, 4 - Medio, cinco - Medio-alto y 6 - Alto.

Por otra parte, existe el SISBEN (Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales) el cual permite identificar a los hogares, familias o individuos que por sus condiciones ingresos, empleo y características de los predios en los que viven, para focalizar la inversión social y brindar beneficios a quienes más lo necesitan (DANE, 2023).

Principales factores socioeconómicos que influyen en el emprendimiento universitario

De acuerdo con los planteamientos de Tarapuez, García, & Castellano (2018) existen diferentes variables socioeconómicas que inciden en la intención emprendedora de estudiantes universitarios; en primera instancia la clase social y la experiencia tienen una relación directa con el propósito de emprender ya que personas de mayor edad, con amplia experiencia laboral y de estratos socioeconómicos más altos son las que más inician negocios. Por otra parte, tienen un mayor deseo de emprender los estudiantes que tienen amigos o familiares empresarios, así como los que tienen padres con un alto nivel educativo y bagaje en el contexto empresarial.

En coherencia con el anterior planteamiento, Martínez, et al., (2021) en la investigación sobre COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender: Factores decisivos en estudiantes universitarios, afirman que la intención emprendedora se asocia a la formación académica y las experiencias laborales previas, ya que proporcionan seguridad y confianza al momento de iniciar una idea de negocio. Por otra parte, el entorno social del emprendedor, la familia y sus amigos juegan un papel importante, en la decisión al momento de emprender buscando principalmente satisfacer sus necesidades económicas, las cuáles son representativas en los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3.

Adicionalmente Henao Mesa (2020) afirma que existen dos inconvenientes a los que se enfrentan los emprendedores, por una parte, el tema educativo, ya que carecen de conocimientos básicos en temas de administración, planeación, educación financiera, entre otros. Asimismo, la falta de recursos económicos para inyectarle a sus ideas, encontrándose con el difícil acceso a la financiación y apoyos del Gobierno, estos factores socioeconómicos influyen en la consolidación del emprendimiento en Colombia.

MÉTODO

En coherencia con los planteamientos definidos en la obra de Bautista (2011) los procesos de investigación cualitativa se enfocan en el desarrollo de ejercicios de comprensión e interpretación del sujeto a indagar y eventualmente se encausan en muestras de escala reducida, siendo pertinente dicha posición con el diseño fenomenológico definido para el logro de los objetivos propuestos, guardando coherencia con el desarrollo y orientación de la investigación.

Muestreo

En lo que concierne a la estrategia de muestreo se acudió a un proceso de carácter no probabilístico por expertos, que en términos de Pimienta Lastra (2000) pretende seleccionar las unidades a indagar a partir de una serie de atributos definidos por los investigadores. Para este estudio se consideraron los siguientes:

- Experiencia como académico y/o empresario: en coherencia con el muestreo definido, las unidades de análisis deben contar con experiencia en docencia universitaria en temáticas o proyectos de emprendimiento. Por otro lado, se destaca la actividad como empresario, sin ser la ausencia de este aspecto un criterio de exclusión.
- Vinculación vigente a una institución de educación superior colombiana: con la intención de garantizar coherencia y pertinencia es necesario que el experto guarde algún tipo de vinculación formal con entidades de educación superior.
- Experiencia académica en áreas de emprendimiento: este criterio enfatiza la importancia de contar con experticia como docente de áreas orientadas al fomento de la actitud emprendedora.
- Formación posgradual: las unidades de análisis consideradas como expertos deben contar con formación de posgrado.

Finalmente, se abordaron 10 unidades de análisis coherentes con los criterios establecidos en el diseño metodológico.

Atributos del instrumento tipo entrevista

Se definió una entrevista orientada a resolver los propósitos y cuestionamientos que promovieron el planteamiento del estudio, considerando los siguientes bloques de interrogación:

- Bloque A: Trayectoria. Este atributo considera la evolución laboral de las unidades de análisis, es decir, sus actividades profesionales y las características de estas, por otro lado, recoge la educación formal, informal, relacionada y no relacionada con emprendimiento del sujeto indagado.
- Bloque B: Aspectos socioeconómicos. Este aspecto considera una serie de preguntas que permiten establecer como variables de orden social y económico influyen en el desarrollo idóneo del emprendimiento en universitarios.
- Bloque C: Connotaciones. Desarrolla una serie de preguntas que permiten reconocer las perspectivas que se tienen sobre el papel del factor socioeconómico en el fomento del emprendimiento universitario.

En concreto, se buscó inicialmente construir la trayectoria de las unidades de análisis (académicos y/o empresarios) a partir de su formación y la experiencia laboral acumulada. Por otro lado, el bloque B indagó sobre el rol de los factores socioeconómicos, y, finalmente, se consideraron las connotaciones favorables, desfavorables o neutrales frente a la influencia del ámbito socioeconómico en relación con el desarrollo del emprendimiento universitario.

Procesamiento y análisis de la información

En coherencia con la naturaleza del instrumento diseñado se emprendió un proceso de transcripción tradicional de entrevistas capaz de capturar de manera adecuada y precisa la información recaba en los audios generados durante el desarrollo del trabajo de campo. Enseguida, se continuó con el diseño de la estructura de codificación inductiva (Sabariego-Puig, et al., 2014) a partir de los bloques definidos en el instrumento como se observa en la figura 1.

Figura 1*Estructura de codificación*

Nota. La figura muestra los códigos definidos para cada uno de los bloques de la entrevista. Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, como técnicas de análisis se emplearon procesos cruzados de análisis y enraizamiento de acuerdo con las capacidades del software Atlas TI.

RESULTADOS

El proceso de aplicación de instrumentos recabó un total de 10 entrevistas con una duración estimada de cinco horas y media que se llevaron a cabo por medio de la plataforma de Microsoft Teams.

Resultados a partir del bloque A

En lo que concierne a la trayectoria académica se evidencia que las unidades indagadas cumplieron con los criterios definidos para su selección, se evidenció educación en el exterior en el 20% de los casos y experiencia reciente como emprendedores, por otro lado, se resalta que dos de las unidades de análisis desarrollaron

estudios profesionales en áreas del ámbito de la sicología y áreas de diseño. Finalmente, los hallazgos validan la experiencia académica de los sujetos abordados y el rol en algunos casos como empresarios.

Resultados a partir del bloque B

Los resultados a partir del bloque B se desarrollaron mediante el procesamiento de los códigos económico, familia y cultura, generando los siguientes hallazgos:

Connotación académica:

- Económico: los sujetos indagados afirman que la condición económica tiene un efecto representativo en las posibilidades de éxito del universitario frente a su iniciativa económica.
- Familia: las prácticas productivas de los familiares en primer grado del emprendedor

influyen de manera positiva o negativa en el desarrollo de la actividad emprendedora del universitario.

- Cultura: las generaciones de universitarios actuales se sienten persuadidos por la visión y necesidad de generar procesos de emprendimiento que fomenten y aporten un impacto social positivo y significativo.

Connotación empresario:

- Económico: los sujetos indagados con experiencia empresarial coinciden en el impacto negativo que puede generar la condición social del estudiante en sus propósitos y proyectos como emprendedor, dada su dificultad para interpretar las prácticas del mundo de los negocios.
- Familia: la tradición de los parientes debe interpretarse como un conjunto de experiencias y prácticas transferibles que favorecen el proceso emprendedor.
- Cultura: los académicos con experiencia de empresarios consideran que la cultura colombiana basada en el atajo, los procedimientos informales y trabajar para el día a día afectan de manera significativa el desarrollo del emprendimiento universitario.

Resultados a partir del bloque C

En lo concerniente a los resultados del bloque C es posible deducir que el factor socioeconómico de los universitarios colombianos representa más amenazas que oportunidades frente al desarrollo de sus actividades e iniciativas emprendedoras, los hallazgos acusan la cultura colombiana como un espejo desfavorable para los estudiantes sobre cómo desarrollar sus negocios, visión y alcance de los mismos, además del efecto que lamentablemente genera la condición económica en la viabilidad y crecimiento de la iniciativa emprendedora.

Finalmente, se resalta de manera favorable la visión social e impacto en comunidades que guardan las nuevas generaciones de estudiantes universitarios.

DISCUSIÓN

En coherencia con los resultados generados es posible afirmar que el factor socioeconómico influye en el desarrollo exitoso del

emprendimiento universitario. Los sujetos indagados son enfáticos en que las restricciones económicas pueden dificultar el progreso y desarrollo de la iniciativa de emprendimiento del universitario, por otro lado, cuando el individuo se erige en un contexto familiar coherente con la cultura y hábito empresarial las prácticas para orientar y guiar su negocio son concretas y están evaluadas por la experiencia de sus padres y casos anteriores.

Por otro lado, los estudios de Mora, et al., (2019) resaltan la importancia y apoyo de la familia frente al éxito de la actitud emprendedora e iniciativa empresarial del estudiante universitario, sin embargo, agrega que los docentes y las capacidades de la institución que lo acoge también inciden en los procesos de creación de empresas. Lo anterior demuestra que el fenómeno no es aislado y hermético, es un ejercicio que demanda la comprensión de contextos endógenos y exógenos.

Los hallazgos de la investigación arrojaron connotaciones sobre la cultura país y los hábitos que convergen frente a las realidades de los negocios en Colombia y consecuentemente el panorama que deben afrontar los universitarios, en este contexto los estudios de Bretones y Radrigán (2018) indican que el éxito de este proceso en jóvenes universitarios está intrínsecamente ligado a la labor de las universidades para construir las actitudes necesarias para consolidar la iniciativa de sus educandos, haciendo frente de esta manera a sus debilidades, generando además habilidades que puedan contrarrestar las deficiencias en su trayectoria social.

CONCLUSIONES

El estudio refleja que los procesos de emprendimiento están ceñidos a una serie de variables y connotaciones propias de la realidad colombiana que de una u otra forma lo impactan de manera positiva y/o negativa, es evidente, según este estudio particular, que la condición socioeconómica del universitario tendrá influencia en el éxito de la iniciativa empresarial que este desee alcanzar. En coherencia con Pacheco Ruiz, Rojas Martínez, Niebles Nuñez, & Hernández Palma (2022) quienes han realizado estudios sobre la caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario y manifiestan que éxito o fracaso de los proyectos de emprendimiento no recaen únicamente en el emprendedor como individuo,

ya que existen otros factores que influyen como contexto económico y social tan dinámico que se vive hoy en día.

En lo que concierne al ámbito familiar, es posible afirmar a partir de las aproximaciones brindadas por la investigación, que la familia puede ser protagonista en el desarrollo de la iniciativa emprendedora del estudiante universitario, dado que se pueden heredar prácticas y relaciones que potencien el desarrollo de una nueva empresa. Así mismo concluyen Jaramillo Jaramillo, Pérez Chávez, & Jaimes Millán (2020) en su investigación sobre los componentes socioeconómicos que inciden en el deseo de crear una empresa en estudiantes universitarios en una Universidad de México, al indicar que los estudiantes universitarios que muestran interés por ser emprendedores tiene familiares que son empresarios, lo cual puede influir en que éstos continúen con la tradición familiar.

Finalmente, en coherencia con la naturaleza de los estudios cualitativos, este ejercicio científico no pretende generalizar sobre el papel del factor socioeconómico en el emprendimiento universitario, muestra una perspectiva a partir de un conjunto de expertos y sus trayectorias, de manera que es necesario desarrollar otra serie de investigaciones que añaden múltiples respuestas y perspectivas frente a este cuestionamiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bautista, N. P. (2011). Proceso de la investigación cualitativa. Bogotá: Manual Moderno.
- BRETONES, F.D & RADRIGÁN, M. (2018): "Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles", CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 94, 11-30, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.94.12668.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. [DANE]. (2019). Pobreza monetaria y multidimensional. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/pres_pobreza_2018.pdf
- DANE. (2023). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Estratificación Socioeconómica. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica>
- Henao Mesa, S. L. (2020). Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas. Repositorio Institucional Unilibre. Obtenido de <https://hdl.handle.net/10901/18448>.
- Jaramillo Jaramillo, M., Pérez Chávez, M. A., & Jaimes Millán, F. (2020). Componentes socioeconómicos que inciden en el deseo de crear una empresa en estudiantes. Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 8.
- Martínez Garcés, J., Durán Omaña, S., & Serna Borja , W. (2021). COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender: Factores decisivos en estudiantes universitarios. Revista de Ciencias Vol. XXVII, No. 2, 272-283. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927664>
- Mora Pacheco, Pedro F., Aguirre Quezada, Juan C., Álava Atiencie, N. Gabriela, & Cordero López, Juan F.. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. Revista Economía y Política, (30), 3-27. Epub 03 de julio de 2019. Recuperado en 15 de octubre de 2023, de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752019000200003&lng=es&tlang=es
- Pacheco Ruiz, C., Rojas Martínez, C., Niebles Nuñez, W., & Hernández Palma, H. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. Formación Universitaria. Vol 15 No. 1. La Serena, 134-143.
- Pimienta Lastra, R., (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. Política y Cultura, (13), 263-276.
- Portafolio. (2019). Ser 'millennial' en Colombia es cuestión de estrato. Diario Portafolio.
- Real Academía Española. (2014). Diccionario de la Lengua Española, 23º Edición.
- Rubio-Rodríguez, G. A., Rodríguez Barrero, M. S., Flórez Guzmán, M. H., & Molina Ramírez, A. R. (2020). Perfil emprendedor en estudiantes: divergencias entre dos universidades colombianas. Revista Venezolana De Gerencia,

- 24 (2), 456-473.
doi:<https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31503>
- Sabariego-Puig, M., Vilà-Baños, R., & Sandín-Esteban, P. (2014). El análisis cualitativo de datos con ATLAS.ti. REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 7(2), 119-133. Obtenido de
<https://deposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/55923/1/642529.pdf>
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano , N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). Innovar vol.28 no.67, 123-125.
doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>