

ESTUDIO CUALITATIVO DE LA PERCEPCIÓN DE ÉXITO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS

QUALITATIVE STUDY THE PERCEPTION OF SUCCESS OF WOMAN UNIVERSITY STUDENTS

Carlos Robles Acosta¹; Jessica Aide Cruz García¹; Ana Luisa Mejía Peña¹; Mariana Marcelino Aranda¹

RESUMEN

El éxito en el ámbito de los estudios organizacionales es un constructo que se compone por los enfoques personal, profesional, empresarial y familiar. El desarrollo y equilibrio entre estos enfoques es en términos ideales una aspiración no solo aplicable al ámbito empresarial, sino del desarrollo de los profesionales que buscan el ejercicio de su disciplina de forma independiente. Esta investigación tiene como propósito conocer cuál es la percepción de éxito, de las mujeres universitarias de las licenciaturas en Administración, Informática Administrativa y Psicología en una institución pública. Es un estudio cualitativo encuadrado en el construccionismo social, se realizó a través de grupos focales con el apoyo de una guía de entrevista semiestructurada. El análisis de datos se apoyó del software Atlas TI V. 7. Los resultados sugieren que para las universitarias estudiadas, el éxito representa la satisfacción por la culminación de objetivos alcanzados, siendo los más relevantes el éxito empresarial y profesional, mientras que otorgan menos peso al éxito personal y familiar.

Palabras clave. Percepción de éxito, éxito empresarial, éxito profesional, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

Success in the field of organizational studies is a construct that is composed of the personal, professional, business and family approaches. The development and balance between these approaches is ideally an aspiration not only applicable to the business world, but the development of future professionals seeking to exercise their discipline in an independently way. This research aims to know the perception of success in single mothers students of Informatic administrative, Management and Psychology in a public university. It is a qualitative study conducted within the social constructionism through focus groups with the support of a semi-structured interview guide. The data analysis was supported in qualitative data analysis software. The results suggest that the success for the university students represents the satisfaction with the achieved goals; the most important approaches were the business and professional successes, while they give less importance to the approaches personal and familiar.

Key words: Perception of success, business success, professional success, qualitative study.

¹Universidad Autónoma del Estado de México.

Recibido: 28 de marzo del 2016/Aceptado: 12 de abril de 2016.

INTRODUCCIÓN

El ser humano ha buscado desarrollarse en plenitud a partir de la satisfacción de sus necesidades. En el nivel más alto o trascendental de la propuesta de Maslow (1948 en Fadiman & Frager, 2001) se establece la necesidad de autoactualización o autodesarrollo; ante este tipo de necesidades el individuo utiliza con plenitud, creatividad, espontaneidad, tenacidad y

gusto sus talentos y capacidades direccionadas por una vocación; esto implica la existencia de condiciones como el compromiso con algo que considera más relevante que si mismo y el éxito en la actividad seleccionada.

A pesar de los cuestionamientos a la estructura y fundamento de la jerarquía de las necesidades (Wahba & Bridwell, 1976), el desarrollo de las vocaciones que enuncian las necesidades de autoactualización ha

encontrado una opción en el desarrollo de las profesiones, principalmente aquellas encaminadas a satisfacer las necesidades humanas y contribuir al conocimiento científico tanto a nivel docente como estudiantil (O'Connor & Yballe, 2007). La formación profesional presupone la adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes para el ejercicio de una disciplina y, más aun aspira al desarrollo de seres humanos integrales (González & González, 2008).

Desde la propuesta de profesiones como Administración, Informática Administrativa y Psicología, es perceptible la existencia de diferencias; en el caso de administración, se busca desarrollar habilidades y actitudes de liderazgo para dirigir el diseño, creación y desarrollo de los organismos sociales; en la licenciatura en Informática administrativa, se enfatiza la formación de habilidades de auto aprendizaje y superación constante y el liderazgo en la innovación y desarrollo tecnológico para la gestión, mientras que en la licenciatura en psicología, se busca la solidez disciplinaria, metodológica y técnica para problematizar la realidad psicosocial del hombre (UAEMEX, 2014).

A pesar de las diferencias señaladas, estas profesiones presentan coincidencias como la aspiración de formar profesionales éticos, con capacidades para enfrentar los retos y cambios de las tendencias de su disciplinas, el dominio técnico o tecnológico, el énfasis en el ser humano y la posibilidad de ejercerse de manera independiente por medio de la prestación de servicios de

asesoría o consultoría (UAEMEX, 2014). Esta forma de ejercicio profesional se reconoce oficialmente como actividad empresarial y profesional, misma que es regulada y reconocida legalmente por el Sistema de Administración Tributaria del Gobierno de México (SAT, 2015).

La elección de una profesión que se presta de manera independiente, requiere de vocación para su ejercicio, sobre todo cuando se busca el éxito en esta actividad como se menciona en la teoría de las necesidades de Maslow (1948 en Fadiman & Frager, 2001); sin embargo, en la misma teoría no se define propiamente al éxito ni la forma en que este se puede determinar o conocer.

La definición de éxito remite al término latino *exitus* (salida) como consecuencia acertada de realizar una acción; en el entorno empresarial, se relaciona con las consecuencias del logro de los propósitos de un emprendimiento o estrategia de negocios, cuyos efectos se observan en el prestigio de la empresa y en una posición competitiva sobresaliente e incluso se le asocia a la obtención de méritos propios de un empresario.

El éxito como resultado de los propósitos alcanzados, se derivan de decisiones y acciones particulares en cada caso y contexto, lo que complica su reproducción o transferencia de forma efectiva conduciendo a una sobrevaloración entre los individuos (Dann, 1995). A pesar de que los logros no representan lo mismo para todas las

personas, los efectos de su alcance suponen una afectación en variables como el bienestar personal, las condiciones laborales, la situación económica y posición competitiva de la empresa o, la riqueza material y reconocimiento de los empresarios (Raija, 2007).

En el ámbito de las organizaciones, el éxito y el logro de los propósitos está asociando a los términos estrategia y competitividad (Aragón & Rubio, 2005; Boyett & Boyett, 2006; Porter, 2007). El término competitividad se utiliza con mayor frecuencia relacionado con empresas globalizadas; sin embargo, para el caso la finalidad de la estrategia de la micro y pequeña empresa se asocian a la búsqueda del "éxito" (Ribeiro, 1997, 2000, 2004, 2007; Ronquillo, 2006; Padilla & Serarols, 2006; Morales, 2008; Román, 2008).

El estudio del éxito en el ámbito organizacional, ha tenido acercamientos desde el enfoque cuantitativo relacionado con los beneficios financieros (Chandler & Hanks, 1993) y desde lo cualitativo, la observación ha permitido el sustento del éxito en aparentes "secretos" que permitieron inicialmente configurar al éxito en sus dimensiones personal, profesional, financiero y empresarial; esto último, como aparente cohesión de las tres anteriores (Ribeiro, 2000, 2004).

Las condicionantes del éxito -en el caso de empresarios y empresas, han incluido el entorno de los sujetos, debido a la falta de claridad en las dimensiones que permiten

una medición racional, por tanto, la construcción de una explicación de este objeto ha incluido aspectos de diversa índole, desde el mercado, el sector, el producto, procesos contables, estándares productivos, las estrategias, el grado de competencia e incluso información histórica y desde el empresario alguna habilidades como la negociación (Padilla & Serarols, 2006), sus capacidades directivas e incluso su adaptación a cambios resultantes de la globalización.

En este sentido, se considera que la subjetividad del éxito depende de las características del empresario-fundador y no sólo se circunscribe a las características cuantitativas de su actividad en el negocio, por lo que es importante considerar al éxito desde sus componentes profesional, personal y familiar (Padilla & Serarols, 2006; Ribeiro, 2007).

Dickson (1982) estudió el éxito en pequeñas y medianas empresas económicamente rentables en lapsos menores a cinco años a partir de su fundación, desde una perspectiva cualitativa.

El enfoque cualitativo considera la conformación subjetiva de las características del empresario, su capacidad de gestión, el pleno conocimiento de su actividad, el reconocimiento del carácter competitivo del mundo de los negocios, el manejo de una adecuada información, la detección objetiva de áreas con problemas y el dominio de métodos y procedimientos administrativos. A estas características se han agregado la

independencia, iniciativa e imaginación que da sentido a la actividad empresarial (ideas y capacidades), y la motivación por el deseo de triunfo, que en uno de los enfoques se relaciona con la ambición (Dickson, 1982; Ribeiro, 2004).

El éxito está centrado en los aspectos de la vida en cada caso particular – considerando la aspiración de "logro de la felicidad individual" (Padilla & Serarols, 2006; Robles & Marcelino, 2013: 86), esto hace necesario el equilibrio en las cuatro dimensiones del éxito, a saber, personal, profesional, empresarial y familiar, cuya conformación no es intrusiva sino complementaria como se explica.

EL ÉXITO EN EL ÁMBITO PERSONAL

Esta dimensión se basa en los aspectos de la vida privada y el logro de la felicidad individual, se relaciona con los objetivos personales propuestos. Se han identificado factores que intervienen en el éxito personal, los cuales pueden ser agrupados en relación con las características propias del individuo como aquello que le genera felicidad, la claridad en la delimitación de sus objetivos, su rol social-familiar, sus habilidades directivas, su *visión* en la actividad que desarrolla sus conocimientos, experiencia y sabiduría respecto de su papel y rol en los diferentes ámbitos en que se desarrolla (Padilla & Serarols, 2006; Ribeiro, 2004; Román, 2008).

Lo que vincula al empresario y su empresa abarca el escenario geográfico, su

procedencia y antigüedad, la naturaleza de su capital, el modelo de negocios que ha desarrollado, su entorno y su rol como empresario, el conocimiento de su mercado (el perfil de la demanda), de su competencia, y el emprendimiento de programas innovadores.

Como ya se ha mencionado, el éxito personal es importante y se considera que se debe esencialmente a la suma del conocimiento, la experiencia y la sabiduría, por lo que no es suficiente un título universitario -por ejemplo- para ser exitoso como persona (Ribeiro, 2004). La sabiduría puede ser entendida como la capacidad y pericia que posee una persona para asumir riesgos y compromisos, los cuales sabrá solventar gracias a sus conocimientos y experiencia en una o varias áreas (Román, 2008). De esta forma, la sabiduría como consecuencia y resultado de la combinación de conocimiento y experiencia será la generatriz del éxito personal; sin embargo, el hecho de que esto se cumpla no garantiza el éxito personal, es posible subsanar si se complementa con factores como el dominio técnico de la actividad a que se dedica la persona.

La dimensión de éxito personal se constituye por las categorías: logro de metas personales, sabiduría, felicidad, la percepción de equilibrio personal, familiar y laboral, congruencia entre logros deseados y obtenidos, entusiasmo, tono emocional (euforia o disforia), autoconcepto positivo, resolución y fortaleza, bienestar individual

percibido, espíritu de superación, paz espiritual y equilibrio-inteligencia emocional.

EL ÉXITO EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

La dimensión profesional del éxito hace referencia inmediata a la actuación de la persona en relación con su actividad; sin embargo, en este ámbito se incluyen todas aquellas actividades que representan una ocupación especializada de carácter técnico e incluso artesanal, considera los siguientes aspectos: la historia del empresario, aspectos demográficos, formativos y laborales; la experiencia en la creación de empresas, su capacidad de organización, los sucesos que desencadenan su atracción –casi desmesurada- sobre alguna actividad económica (Padilla & Serarols, 2006). A lo anterior, es necesario agregar la capacidad de comunicación a través de un marketing personal, la idiosincrasia de que hay que vender el trabajo, la mentalidad innovadora, el talento, y las ideas - comúnmente denominado "saber venderse profesionalmente", lo que se supone producirá un éxito profesional óptimo (Román, 2008).

La dimensión de éxito profesional se integra por las categorías: significado de éxito, pensamiento estratégico, enfrentamiento de retos, prestigio ocupacional, experiencia, formación y desarrollo empresarial, enfoque gerencial, movimiento en la escalera corporativa u ocupacional, vocación emprendedora, necesidad de logro, personalidad creativa e imaginativa, confianza en sus propias

capacidades o autoconfianza, orientación a la acción, toma de iniciativa, necesidad de independencia y de controlar situaciones, capacidad de negociación, propensión al riesgo, perseverancia, satisfacción percibida, experiencia y actitudes hacia la actividad económica que desarrolla.

EL ÉXITO EN EL ÁMBITO FAMILIAR

La dimensión de ámbito familiar del éxito, en apariencia, es la más sencilla de determinar; en las fuentes analizadas se deduce a partir de las repercusiones de la ocupación del empresario en su familia y viceversa. En algún momento, las condiciones que impulsan a una persona al éxito dependen del núcleo familiar, como el respaldo o empuje al logro de metas (Padilla & Serarols, 2006) y en consecuencia, el reflejo de sus logros se traduce en mayor tiempo dedicado a la familia en comparación con aquellas personas no consideradas exitosas (Le Van, 2003)

Una actividad profesional y el éxito reflejado en la familia se asocia en brindar a la descendencia el acceso a empleos de mejor nivel con mayores ingresos, en mejorar el estilo de vida, establecer relaciones con familias de mayor nivel social, dedicarse a actividades de placer, actividades deportivas costosas o exclusivas de la élite social, el acceso a educación en universidades prestigiosas, el disfrute de objetos costosos, siempre y cuando el éxito económico no implique el alejamiento o separación familiar (Landes, 2006).

La dimensión éxito familiar se compone por las categorías: calidad de vida, estatus social, relación intrafamiliar, influencia generacional o tradición, compromiso con la actividad económica o negocio, transmisión de conocimiento generacional, balance entre familia y ocupación, apoyo, comunicación, resolución de problemas, grado de afectividad, planteamiento de reglas y valores personales (Padilla & Serarols, 2006).

EL ÉXITO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

La falta de definición del éxito puede pasar desapercibido en muchas ocasiones, pues se da por sentado que éste es una situación de abundancia material y financiera, buenos resultados, de proyección para la empresa y sus integrantes e incluso de un momento indefinido de felicidad. La dimensión éxito en el ámbito empresarial se refiere a los logros del empresario al establecer una empresa capaz de mantenerse y de competir con una oferta de bienes y servicios adecuada, lo cual demostrará la capacidad del administrador en el uso de los procesos administrativos, productivos y su capacidad para resolver los problemas futuros o inmediatos (Dickson, 1982).

El éxito tiene una fuerte connotación de éxito financiero – que se resume como la capacidad de ganar, gastar, ahorrar e invertir los productos del mismo trabajo (Román, 2008), el cual deviene de factores novedosos relacionados con el capital humano, la innovación empresarial, el uso de la tecnología de avanzada, los procesos de producción eficiente, la excelencia personal y

la capacidad de anticipación o visión empresarial e incluso reconocimientos a su calidad o a la procuración del cuidado ambiental (Dickson, 1982; Padilla & Serarols, 2006), en muchos casos la estrategia llega a considerar que el éxito empresarial exige sacrificios y uno de ellos concierne a la familia del empresario (Ribeiro, 2004).

Dickson (1982) comparó el éxito empresarial entre grandes y pequeños empresarios, encontró que los primeros presentan una mejor situación en cuanto a la suficiencia en ventas, posición competitiva, créditos y cobranzas, aumento de inversión en equipo y solución de problemas en inventarios; por su parte, los pequeños empresarios presentan falta de satisfacción de los clientes y deficiencias en aspectos como la capacidad competitiva, conocimiento y práctica de planeación, administración de créditos, ineficiencias en cobros, capacitación, mantenimiento y manejo de inventarios.

La dimensión de éxito empresarial se conforma por las categorías: crecimiento de negocio, desarrollo del equipo, el logro de los objetivos, aceptación de los roles, comunicación interna, involucramiento afectivo, colaboración, ayuda mutua, cohesión, afinidad e identificación, efectividad de metas propuestas, innovación empresarial, enfoque competitivo y estratégico, percepción del beneficio económico, gestión de negocio, bienestar laboral, gestión equilibrada de intereses de grupo.

Las dimensiones señaladas se han estudiado en empresarios ya establecidos; sin embargo, no hay evidencia de su análisis en poblaciones específicas como el caso de estudiantes universitarias interesadas por el ejercicio profesional-empresarial independiente, con una oferta de servicios a través de consultorios, despachos, consultoras profesionales o similares, mismos que permiten el ejercicio de una licenciatura y la satisfacción de sus necesidades económicas.

A partir de lo anterior, el interés en este trabajo fue caracterizar la percepción del éxito en sus dimensiones personal, familiar, profesional y empresarial, en mujeres universitarias de las licenciaturas en Administración, Informática Administrativa y Psicología en una Institución de Educación Superior del Estado de México.

MÉTODO

El presente trabajo presenta un estudio de enfoque cualitativo, a partir de la propuesta teórica de Padilla y Serarols (2006) se desarrolló una guía de entrevista para recabar información de la percepción de éxito, compuesta por 70 preguntas abiertas divididas en las dimensiones del éxito personal (20 ítems), familiar (14 ítems), profesional (20 ítems) y empresarial (16 ítems). Los sujetos de estudio fueron estudiantes voluntarias de sexo femenino, madres solteras, que cursaban el último semestre de las licenciaturas Administración, Informática Administrativa y Psicología en tres centros universitarios de una institución

de educación superior (IES) en la zona noreste del Estado de México. El total de estudiantes que cubrieron el perfil por licenciatura fueron trece en Administración, doce en Informática Administrativa y doce en Psicología, se buscó equilibrar los grupos a partir de la tasa de participación (cinco voluntarias) del primer grupo de enfoque, por tal razón, se propuso formar dos grupos de cinco sujetos por licenciatura a entrevistar en un ambiente controlado dentro de los centros de educativos. De las treinta voluntarias, el dato modal de edad fue 23 años, 22 trabajaban medio tiempo al momento del estudio, 17 han participado en actividades de emprendimiento y seis realizan ventas por catálogo.

El análisis de datos se apoyó del software Atlas TI V. 7 para el procesamiento de texto, audio y video. Previamente se diseñó un catálogo de códigos partiendo de los términos más comunes en la descripción de las dimensiones teóricas de éxito personal, familiar, profesional y empresarial.

Las entrevistas se grabaron en video y se transcribieron en procesador de textos. Se analizaron los textos, se codificaron y explicaron de manera simultánea, el análisis permitió diseñar redes ontosemióticas que muestran el sistema de códigos y sus posibles relaciones como proponen Bencomo, Godino y Wilhelmi (2004). Tanto en el análisis de resultados como en las redes aparecen dos dígitos que reflejan el nivel de relevancia atribuido por los sujetos, por ejemplo: el código “*éxito empresarial (53-5)*”, el primer dígito se refiere a la cantidad de

frases testimonio correspondientes al mismo (53 en este caso) y, el segundo, la cantidad de relaciones del código con otros códigos (5 en el ejemplo), lo que permite deducir un nivel de relevancia en la muestra cuando se compara un código con otro. Finalmente se construyeron proposiciones que explican el comportamiento de los códigos, posterior a cada proposición se presentan citas textuales de las respuestas de las estudiantes universitarias que las respaldan.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de códigos a nivel de dimensiones permite observar que la más relevante para los sujetos es el éxito empresarial (53-5) y, con una menor importancia, las dimensiones de éxito profesional (15-2), personal (10-1) y familiar (8-1).

El éxito empresarial es la capacidad para alcanzar objetivos, competir y obtener un crecimiento. El éxito empresarial (53-6) se logra cuando se alcanzan objetivos (131-9) y se tiene un crecimiento equilibrado que permite competir en el mercado (Figura 1). *“Lograr tus metas pero en todos los aspectos, económicamente, no sé para tus empleados que estén bien, tratarlos bien” (Entrevistada 30).*

El éxito profesional se logra a partir de una visualización positiva del futuro. Los sujetos señalaron que es importante pensar en un excelente futuro, esto se vuelve la directriz de las actividades que permitan alcanzar el éxito profesional (15-2) y experimentar una sensación positiva del éxito

(Figura 1). *“Pues un futuro muy exitoso creo que siempre el mantener una mente positiva es lo mejor y para mi espero tener un futuro en el que me sienta desarrollada tanto profesionalmente como personalmente” (Entrevistada 10).*

El éxito personal significa proponerse metas y alcanzarlas con independencia. El éxito personal (10-1) representa proponerse metas encaminadas a alcanzar la independencia respecto de la familia y poseer un patrimonio propio (Figura 1). *“Ser una persona independiente de mis padres o sea ya tener algo propio, y poder lograrlo lo más pronto posible” (Entrevistada 31).*

El éxito familiar significa compromiso. Los sujetos mencionan que el éxito familiar (8-1) se alcanza cuando la familia se interesa y compromete en los propósitos de sus integrantes. *“Creo que depende de cada familia en algunas, en la mayoría de las ocasiones vemos que influye para bien y que el éxito se alcanza de la mejor manera” (Entrevistada 13).*

El éxito se construye a partir de los valores. Los valores (61-4) son cimientos que se proyectan en los ámbitos personal, familiar, laboral y/o empresarial. Los valores más relevantes para ellos fueron la responsabilidad (38-1) y la humildad (22-1) (Figura 1).

El éxito se basa en la responsabilidad y el sentido de pertenencia. Dentro de los valores (61-4) sobresale el de la responsabilidad (38-1). Este valor se aprende en casa y es básico para el sentido de pertenencia que el sujeto es capaz de proyectar e incluso le permite influir en otros

(Figura 1). *“Ser responsable, y siempre tener la visión de querer lograr más de lo que ya tienes” (Entrevistada 18).*

Las personas exitosas son humildes. El valor de la humildad (22-2), ha permitido a los sujetos no olvidar de dónde vienen y valorar sus logros equilibradamente ante los demás; es decir, tratan a las personas como iguales, sin importar lo que tienen o han logrado, reconocen el esfuerzo ajeno y les sirve de impulso para mejorar (Figura 1).

La actitud positiva incide en la autoaceptación y el logro de metas. La actitud (47-3) afecta a los sujetos sea esta positiva (46-2) o negativa (27-1) particularmente en el logro de sus propósitos y más aún en la aceptación de su potencial. La actitud positiva (46-2) impulsa a los sujetos a enfrentar situaciones de manera proactiva y al mismo tiempo llevar a cabo actividades con mayor interés y proactividad, como señalaron:

“Porqué si yo no me siento bien conmigo misma, yo no voy a poder alcanzar esas metas” (Entrevistada 7).

“...Depende de tu estado de ánimo, el empeño que le pones a las cosas que vas a hacer” (Entrevistada 17).

“Estar bien con uno mismo y lograr todo lo que tú quieras” (Entrevistada 27).

La actitud negativa disminuye las posibilidades de superación. La actitud negativa (27-1) disminuye las posibilidades de superación y conduce a los sujetos a encontrar problemas y obstáculos al logro de metas, como indicaron:

“Sí, porque normalmente las personas se quedan en la mediocridad de si no pudieron alcanzar algo, se quedan ahí y no son realmente buenas consigo mismos al quedarse ahí mismo donde se quedaron, dónde

tropezaron, dónde tuvieron los obstáculos, es por eso que les falta fortaleza y voluntad” (Entrevistada 32).

La rentabilidad influye al éxito de una empresa. Los sujetos señalan que el éxito empresarial (53-6) está representado por la rentabilidad (32-2) de un negocio o actividad económica que se realiza, como se observa en los cometarios:

“Que un negocio te dé utilidades, que sea rentable y tenga buena participación en el mercado” (Entrevistada 12).

“Es lograr que tu empresa este, tenga, que produzca que saques ganancias de eso...” (Entrevistada 29).

La rentabilidad de una empresa refleja su crecimiento. La rentabilidad (32-2) que una empresa genera causa que la misma, tenga un crecimiento (24-3) en varios aspectos (Figura 1).

“Que tengas esa estabilidad, ese productividad, ganancias” (Entrevistada 9).

“Lograr tus metas pero en todos los aspectos, económicamente, no sé para tus empleados que estén bien, tratarlos bien...” (Entrevistada 30).

Compromiso, realizar actividades dentro de la empresa con el fin de alcanzar el éxito. Los sujetos señalan que el compromiso (28-1) refleja el cumplimiento de actividades y de ello depende el crecimiento empresarial (24-3). Las personas involucradas en una empresa están al pendiente de todos los movimientos a fin de alcanzar el éxito (Figura 1).

“Pues yo creo que si se establecen objetivos o metas y sí se cumplen, es cuando tú dices que pues realmente la familia o los que se involucren de la familia en el negocio están cumpliendo con lo que se estableció anteriormente” (Entrevistada 10).

“Pues creo que te puedes dar cuenta en el momento en que tu negocio va bien, puedes ver que todos los involucrados están muy comprometidos” (Entrevistada 4).

La calidad de vida de la familia, depende del éxito del negocio familiar. El éxito (53-7) de un negocio familiar causa un impacto positivo en la calidad de vida (29-3) de la familia del empresario, y este impacto depende mucho del tipo de negocio con el que cuente la familia (Figura 1). *“Depende el tipo del negocio, si es muy exitoso probablemente si te cambie...que tu sientas que te lo cambie, pero si es un negocio a que te mantenga, pues realmente no” (Entrevistada 25).*

El crecimiento empresarial está más allá de las ganancias. El crecimiento empresarial (24-3) es aquel en donde se desarrolla e incrementa un negocio y, los sujetos explican que el éxito no sólo radica en las ganancias sino en el progreso de una empresa en todas sus áreas, además de que permite mejorar la calidad de vida (29-3) de todos los involucrados (Figura 1). *“Yo pienso... que el éxito no es nada más ganar dinero sino estar bien con tu negocio y lograr lo que tú quieres” (Entrevistada 4).*

Una actitud positiva influye en la familia reflejando en calidad de vida. Los sujetos mencionan que el éxito dentro del negocio influye de manera positiva en la calidad de vida (29-3) de la familia, se refleja en la tranquilidad, estabilidad económica y una actitud es positiva (46-2) compartida (Figura 1). *“Si es un negocio exitoso, sería un impacto que beneficie a todos” (Entrevistada 25).*

El éxito se representa en la innovación de productos y adopción tecnológica de vanguardia. El éxito se caracteriza por un comportamiento innovador (28-2). El uso de tecnologías (19-1) facilita el trabajo, optimiza los procesos y permite innovar los productos. El éxito de una empresa depende de la implementación de tecnología de vanguardia.

“Que sea innovador, que sea algo diferente a lo que ya conocemos porque es como decir sacas algo que nada más le cambias algo dices ah ya, es como este, entonces necesitas algo que sea lo más nuevo que se pueda o lo más innovador posible” (Entrevistada 13).

“Sí, creo que es muy importante que usen la tecnología para innovarse y aparte porque creo que estas tecnologías pueden ayudar a ese negocio a no sé, a optimizar recursos para muchas cosas” (Entrevistada 2).

Componentes del éxito profesional se representa por el logro de metas. El éxito profesional se compone de las metas y las aspiraciones como elementos centrales. Destaca el logro de metas (58-4) y el interés por las actividades que desarrollan (Figura 1). *“Interesantes, porque van encaminadas a cumplir mis objetivos porque normalmente se...se relacionan con lo que yo quiero hacer e intento aprender las cosas que me van ayudar en el futuro” (ENTREVISTA 32).*

Las aspiraciones son importantes cuando se logra su culminación. El cumplimiento de aspiraciones (28-1) se relaciona con el logro de metas (58-4) e implícitamente con el gusto por lo que se hace. *“Me gusta todo lo que hago, creo que...si no te gusta hacer algo, simplemente no lo haces y ya, o sea si lo hacemos estaríamos todo el tiempo de mal humor y así” (Entrevistada 14).*

libertad y eficientes en la mayoría de las veces.

“Las decisiones han sido buenas porque... he alcanzado muchas cosas y voy a seguir haciendo lo posible por alcanzar más y crecer tanto profesionalmente como personalmente” (Entrevistada 1).

Capacidad para generar, conseguir y desarrollar lo propuesto. Capacidades (36-1) como la de generar decisiones efectivas (36-2) permite el logro de los objetivos propuestos, la toma de decisiones efectivas que contribuyen a su desarrollo (Figura 2).

“Las decisiones han sido buenas porque quizá he alcanzado otras cosas, o cosas mejores a lo mejor, con las personas con quienes me pudiera comparar” (Entrevistada 6).

La satisfacción es originada por la percepción del equilibrio personal, familiar, laboral y emocional. Cuando se habla de satisfacción (141-4), no se habla de manera aislada, es decir, la satisfacción es producida por uno o varios aspectos que acontecen en la vida de las personas, ya sea cuando han superado obstáculos, mejoran en aspectos de la vida empresarial (53-6), profesional (15-2), personal (10-1) y/o familiar (8-1). La satisfacción va de la mano con aspectos físicos y de salud, lo cual permite que el sujeto realice lo que desea (Figura 2).

“Bueno este sí, si estoy satisfecha de todo lo que he realizado, me siento satisfecha tanto moral como pues... en cuestiones escolares y el trabajo, siento que... que son áreas, bueno fundamentales dentro de mi formación y dentro pues también de mi felicidad, eh, creo que he logrado muchos objetivos, me siento más que satisfecha también me siento feliz conmigo misma porque siempre he tenido, porque ahora tengo lo que yo siempre he buscado y mis metas tanto a largo como corto plazo, pues pretendo cumplir” (Entrevistada 7).

La satisfacción se produce mediante el logro de metas. La satisfacción (141-4), surge a partir del logro de las metas (58-4) propuestas, los sujetos son capaces de sentirse satisfechos ya que han logrado cosas relevantes en su vida y también porque obtuvieron resultados favorables, toman en cuenta que existen muchas metas que les permitirán alcanzar esa satisfacción que desean (Figura 2). *“Estar bien contigo mismo, que desarrolles sus actividades de una forma cómoda, que te sientas a gusto” (Entrevistada 10).*

El logro de los objetivos es causa de la satisfacción en el sujeto. La satisfacción (141-4) que el sujeto tiene es causa del logro de objetivos (131-9), es por eso que, al alcanzar lo propuesto en cualquier ámbito de su vida, el sujeto se siente satisfecho de lo que ha obtenido (Figura 2).

“Sí, me siento satisfecha porque he encontrado un equilibrio en lo que es las diferentes fases de la persona, ya sea social, familiar, profesional, espiritual y etcétera” (Entrevistada 22).

La percepción de equilibrio personal, familiar y laboral, depende del tiempo que se le dedique a cada aspecto. Para el sujeto la percepción de equilibrio personal, familiar y laboral (30-1) depende del tiempo que le dedique y la importancia que le da a cada aspecto de la vida en su momento, ya que esto le permite lograr una estabilidad (Figura 2).

“Porque en todos los aspectos de mi vida siempre, pues sí vaya, hay un equilibrio” (Entrevistada 29).

“Sí considero que tengo ese equilibrio porque estoy haciendo las cosas que me gustan, estoy recibiendo el apoyo ya sea familiar, en pareja,

de amigos. Pues creo que mi vida sí está en equilibrio” (Entrevistada 21).

Percepción de equilibrio personal, familiar y laboral influye directamente en la satisfacción del sujeto. La percepción del equilibrio personal, familiar y laboral (30-1) influye en la satisfacción (141-4), para poder alcanzarla, es necesario administrar recursos como el tiempo, y lo más importante, dedicar a cada parte de la vida lo necesario para que todo esté en armonía (Figura 2).

“Pues sí, yo creo que en el aspecto laboral y personal estoy en perfecto estado. Bueno ahorita en las prácticas me estoy desarrollando en aspectos que yo no conocía, que... a lo mejor no son tanto de mi carrera pero son cosas en las que soy buena y no me había dado cuenta, entonces eso me hace sentir como satisfecha y en equilibrio” (Entrevistada 25).

Equilibrio emocional parte importante que permite alcanzar objetivos propuestos. Los sujetos comentan que es importante el equilibrio emocional (22-1) ya que si están bien consigo, es posible que se alcancen todos los objetivos (131-9).

“Pues estar bien con uno mismo, no puedes hacer otras cosas en tu vida si a la mejor no tienes buena salud, psicológicamente, emocionalmente, hay que estar equilibrado uno mismo para poder seguir adelante” (Entrevistada 24).

El equilibrio emocional permite alcanzar una satisfacción mediante la realización de actividades. Ellos mencionaron que cuando se sienten bien con las actividades que realizan, se sienten satisfechos, y por ende, dedican mayor tiempo a realizar las cosas de la mejor manera posible a fin de lograr sus objetivos (Figura 2).

“Yo digo... si tú estás bien, en cuanto tu equilibrio... si sientes esa satisfacción...” (Entrevistada 29).

“Bueno yo he logrado lo que yo me he propuesto; estoy bien tanto en la vida como con familia, entonces siento que sí estoy satisfecha con lo que he logrado” (Entrevistada 6).

La visión permite llegar a lo propuesto.

La visión (30-1) permite al sujeto visualizar lo que pretende cumplir, en donde quiere estar y las acciones que debe emprender para lograr lo propuesto. *“Mirar hacia el futuro y estar siempre como que adelantado a las cosas ¿no? ver lo que las personas desean lograr” (Entrevistada 30).*

El crecimiento en aspectos de la vida, a partir de la mejora y el logro de objetivos.

Los sujetos mencionan que el cumplimiento de objetivos (131-9) es determinante del crecimiento (31-2) y por tanto del logro del éxito.

“Es un elemento que te va ayudar a alcanzar el éxito porque mientras más cumplas todos los aspectos de una persona, mientras más te complementes conociendo cada uno de tus aspectos va a ser así cómo vas a enfrentar los obstáculos y vas a lograr tus metas” (Entrevistada 22).

Cuando se le da un enfoque al empleado facilita el crecimiento personal y al mismo tiempo el de la empresa. El sujeto señala

que el enfoque al empleado (31-1), si éste tiene un crecimiento (31-2) dentro del negocio, el negocio también crecerá junto con él (Figura 2).

“Pues los empresarios que les dan salarios altos, que cuidan de ellos con las medidas de seguridad correspondientes” (Entrevistada 25).

“...Yo digo que sí se preocupan en gran medida por sus trabajadores” (Entrevistada 23).

El entorno familiar influye en el logro de objetivos. El entorno familiar (36-1) influye

proyectos y al establecimiento de nuevos objetivos (131-9).

“...Eso es algo muy personal, habemos muchos tipos de personas... no todas... superamos los retos que se nos ponen al momento, ¿no?...” (Entrevistada 25).

“...es una parte fundamental para que tu salgas delante de eso, o sea, yo lo veo como un motivador, como no sé, algo así que te empuja para salir adelante, para poder lograr y superar eso” (Entrevistada 29).

“Sentirte bien de que tú puedes hacer las cosas no tanto nada más para prestar un servicio si no que tú también puedes desarrollar algo para ese servicio” (Entrevistada 6).

El trabajo en equipo permite desarrollar habilidades y lograr objetivos en común

El logro de objetivos (131-9) demanda habilidades (56-2) individuales y colectivas para el trabajo en equipo (33-1), lo que representa una alternativa de desarrollo de forma colaborativa. Sobresale la relevancia del liderazgo y la adecuada conducción de todos los miembros.

“...Trabajar en equipo significa complementar eh... una parte con la otra, a lo mejor tú no sabes administración tú sabes de contabilidad, entonces trabajar en equipo significa... juntar todas esas partes para llegar a algo más grande” (Entrevistada 25).

El éxito depende del conocimiento, misión, visión, objetivos y estrategias. Los conocimientos (62-2) son necesarios para poder manejarse en cualquier ámbito de la vida y, al igual que las empresas es pertinente para los sujetos tener una misión, visión (30-1), objetivos (131-9) y las estrategias (43-1) adecuadas a los principios personales.

“...Tener conocimiento en lo que vas a hacer, tener bien planteada tu idea porque si no, no vas a poder lograrlo” (Entrevistada 27).

“...Las estrategias deben estar hechas para que puedan funcionar bien, porque si nada más están creadas... puede ser una buena estrategia pero si no está acorde, por muy buena estrategia que sea, no va a servir” (Entrevistada 20).

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo fue conocer la percepción de mujeres estudiantes acerca del éxito. Los sujetos aprecian señalan que el éxito empresarial y el profesional son los de mayor relevancia, el éxito se logra cuando se alcanzan los objetivos que se propone, a través de las estrategias adecuadas orientadas por una visión de futuro de excelencia. Cabe mencionar que de acuerdo con la cantidad de frases testimonio y el contenido en las mismas, los datos sugieren que tanto el éxito personal como el familiar, mostraron una menor relevancia para las estudiantes, lo que representa un indicio de las prioridades de los sujetos, posiblemente, en razón de sus necesidades y expectativas.

En cuanto a la percepción de las universitarias sobre el éxito empresarial, los códigos y frases testimonio sugieren que los sujetos consideran exitosa a la persona que realiza actividades empresariales de carácter profesional, cuando actúa con valores como la responsabilidad y la humildad ante sus clientes y, al mismo tiempo, ofrecen servicios innovadores que les permiten lograr utilidades mayores que a sus competidores. La estrecha relación con la dimensión de éxito profesional se acentúa cuando los sujetos indican que ésta última se ha logrado cuando se alcanzan objetivos predeterminados de forma precisa, y en este caso se circunscriben al ejercicio

independiente de una profesión como negocio.

La evidencia no permite identificar con claridad una frontera respecto de las dimensiones de éxito empresarial y profesional propuesta por Padilla y Serarols (2006). Esta falta de claridad permite pensar en proponer una sola dimensión bajo la denominación de éxito ocupacional que agrupe el ejercicio profesional y al desarrollo empresarial cuando se trata de un ejercicio profesional independiente.

El análisis de códigos sugiere que en la percepción de los sujetos, el éxito en su dimensión personal es alcanzado cuando la actividad profesional, repercute favorablemente en la calidad de vida tanto individual como familiar, mientras que los códigos relacionados con la dimensión familiar del éxito, dan indicio de la influencia de la familia en la definición y alcance de objetivos individuales.

En el discurso de los sujetos estudiados se perciben contradicciones como que a pesar de su status dual tanto de madres solteras como de hijas de familia –por la dependencia económica de sus padres, aún no asumen como prioridad inmediata la búsqueda de independencia de su familia a través de su actividad profesional, mientras que al inicio del estudio manifestaron una preferencia en este mismo sentido.

De esta forma, es posible concluir que el éxito se percibe como el cumplimiento de objetivos de profesión o negocio de forma equilibrada y armoniosa en los enfoques

empresarial y profesional, por encima del personal y familiar, coincidiendo en gran medida con Dickson (1982), Genesca y Veciana (1984), Collier y Horowitz (1990), Servitje (2000), Le Van (2003), Padilla y Serarols (2006), Landes (2006), Gordon y Nicholson (2008); sin embargo, a diferencia de sus resultados en este trabajo no se identificó una diferenciación objetiva entre las dimensiones del éxito empresarial y profesional.

REFERENCIAS

- Aragón, A. y Rubio, A. (2005). "Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las pymes del estado de Veracruz". *Contaduría y Administración* Universidad autónoma de México. 216: 35-69.
- Boyett, J. y Boyett, J. (2006). *Hablan los gurús*. Colombia, Ed. Norma.
- Chandler, Gaylen & Hanks, Steven. (1993). Measuring the Performance of emerging Businesses: a validation study. *Journal of business venturing*. 8, 5: 391-408.
- Collier, P. y Horowitz, D. (1990). *Los Ford. Una epopeya Americana*. Barcelona, Tusquets.
- Dann, Susan (1995). Gender differences in self-perceived success. *Women in Management Review*. 10, 8: 11–18.
- Dickson, F. (1982). El éxito en la administración de las empresas medianas y pequeñas. México, Diana.
- Fadiman, James & Frager, Robert. (2001). *Teorías de la personalidad* (Segunda edición). México. Universidad Iberoamericana.
- Genesca, N. y Veciana, N. (1984). "Actitudes hacia la creación de empresas". *Información comercial Española*. 61: 147- 155.
- Gordon, G. & Nicholson, N. (2008). *Familias en guerra*. Barcelona, España, Deusto.
- Landes, D. (2006). *Dinastías*. España, Crítica.
- Le Van, G. (2003). *Guía para la supervivencia de la empresa familiar*. España, Deusto.
- Morales, M. (2008). *¿El éxito empresarial cuestión de la cultura de la organización, de modas administrativas, modelos productivos o de la implementación de un programa de calidad total?*. Argentina. El Cid editor. E-book. Disponible en: <http://biblos.uamerica.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=579516>
- O'Connor, Dennis & Yballe, Leodones (2007). "Maslow revisited: constructing a road map of human nature". *Journal of Management Education*. XX, X: 1-19.
- Padilla, Antonio & Serarols, Christian (2006). "Las características del empresario y el éxito de las empresas puramente digitales". *Tribuna de*

- Economía Ica*. Universidad de Málaga. Noviembre-diciembre. 833: 155-176.
- Porter, M., (2007). *Estrategia competitiva* (37ª reimpresión). México, Grupo Editorial Patria.
- Raija, Helen (2007). "Perception of success and its effect on small firm performance". *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 14, 4: 689 – 701.
- Ribeiro, L. (1997). *El éxito empresarial: como inventar el futuro para redefinir el presente*. Barcelona, Ediciones Urano.
- Ribeiro, Lair (2000). *El éxito no llega por casualidad*. Barcelona, Ediciones Urano.
- Ribeiro, Lair (2004). *Genera el éxito financiero*. España, Editorial Planeta.
- Ribeiro, Lair (2007). "El éxito empresarial en los pequeños negocios", www.lribeiro.com/art.htm Consultado el 30/04/2013.
- Robles, C. & Marcelino, M. (2013) *Empresas familiares ¿Competitivas o exitosas?*. México, Secretaría de Educación Pública.
- Román, R. (2008). *Los seis secretos del éxito*. Disponible en: [http://www.servisalud.com/noticias/los-seis-](http://www.servisalud.com/noticias/los-seis-secretos-del-%C3%A9xito-entrevista-al-dr-lair-ribeiro)
- [secretos-del-%C3%A9xito-entrevista-al-dr-lair-ribeiro](http://www.servisalud.com/noticias/los-seis-secretos-del-%C3%A9xito-entrevista-al-dr-lair-ribeiro)
- Ronquillo, J. (2006). *Administración básica de la empresa familiar*. México, Panorama editorial.
- SAT (2015). Servicios profesionales personas físicas. Servicios de Administración Tributaria, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, México. Disponible en: ftp://ftp2.sat.gob.mx/asistencia_ftp/publicaciones/foletos08/sprofpf.pdf
- Servitje, R. (2003). *Bimbo estrategia de éxito empresarial*. México, Prentice hall.
- UAEM (2014) Universidad Autónoma del Estado de México, (UAEM). Disponible en <http://www.uaemex.mx/vision.html> y <http://www.uaemex.mx/mision.html>
- Wahba, Mahmoud & Bridwell, Lawrence G. (1976). *Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory*. *Organizational Behavior and Human Performance*. 15, 2: 212–240 Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0030507376900386>