

# Revista de Ciencias Sociales



# Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México

Borrayo Rodríguez, Carmen Leticia\*  
Valdez Zepeda, Andrés\*\*  
Delgado Melgarejo, Blanca\*\*\*

## Resumen

Los nuevos desafíos del mundo de hoy, exigen que los jóvenes universitarios se dispongan a volcar hacia la sociedad todos sus talentos, aptitudes, habilidades, inteligencia y voluntad que les permitan desarrollarse como futuros emprendedores. En este sentido el objetivo del presente estudio consiste en identificar la cultura emprendedora de los jóvenes de la Universidad de Guadalajara, México, para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores. Se realizó un estudio cuantitativo-comparativo en el proceso de profesionalización de los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de esa universidad, entre 2016-2017. Los resultados obtenidos demuestran que al inicio los estudiantes a pesar de las limitaciones en el dominio temático, muestran una actitud proactiva hacia el emprendimiento, sin embargo, después de dos años de estancia en la institución, se puede identificar desmotivación hacia esa actividad, motivándoles más conseguir un buen empleo. El mayor obstáculo para emprender es el miedo a fracasar (29,2%), seguido del factor económico (28,4%) y falta de apoyo y asesoría profesional (28,4%). Asimismo, los conocimientos y experiencia en los negocios (43,1%), tendría mayor impacto en la cultura emprendedora. En conclusión, se deben proponer estrategias curriculares y formativas para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores.

**Palabras clave:** Emprendimiento; estudiantes universitarios; cultura emprendedora; estrategias; Universidad de Guadalajara.

---

\* Doctora en Educación. Académica del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara, México. Líder del Cuerpo Académico UDG-486: "Análisis Político y Gestión de las Organizaciones". E-mail: borrayo.18@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2474-0567>

\*\* Doctor en Estudios Latinoamericanos, con especialidad en Ciencia Política por la Universidad de Nuevo México (USA). Catedrático e investigador de la Universidad de Guadalajara. Fundador de la licenciatura en relaciones públicas y comunicación de la Universidad de Guadalajara, México. E-mail: [avaldezepeda@gmail.com](mailto:avaldezepeda@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4287-2638>

\*\*\* Doctora(c) en Gestión de la Educación Superior en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Maestra en Administración de Negocios por la Universidad de Guadalajara, México. E-mail: [dmblanca74@gmail.com](mailto:dmblanca74@gmail.com)

# Entrepreneurial culture in young university students of Guadalajara, Mexico

## Abstract

The new challenges of today's world demand that young university students prepare to turn towards society all their talents, aptitudes, skills, intelligence and will that allow them to develop as future entrepreneurs. In this sense, the objective of this study is to identify the entrepreneurial culture of young people from the University of Guadalajara, Mexico, to promote a university model oriented to the training of entrepreneurs. A quantitative-comparative study was carried out in the process of professionalization of the students of the University Center of Administrative Economic Sciences of that university, between 2016-2017. The results obtained show that at the beginning the students, despite the limitations in the thematic domain, show a proactive attitude towards entrepreneurship, however, after two years of staying in the institution, you can identify demotivation towards that activity, motivating them more to get a good job. The biggest obstacle to entrepreneurship is the fear of failure (29.2%), followed by the economic factor (28.4%) and lack of support and professional advice (28.4%). Likewise, knowledge and experience in business (43.1%), would have a greater impact on the entrepreneurial culture. In conclusion, curricular and training strategies should be proposed to promote a university model oriented to the training of entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurship; university students; entrepreneurial culture; strategies; University of Guadalajara.

## Introducción

En este mundo globalizado de hoy, existen desafíos que requieren de los jóvenes universitarios mayor disposición a volcar hacia la sociedad sus talentos, habilidades, aptitudes y esfuerzo que les permitan desarrollarse como futuros emprendedores, puesto que “el emprendimiento es un fenómeno que contribuye de forma significativa en el desarrollo socioeconómico de una región” (Suárez, Suárez y Zambrano, 2017, p.24).

Es por ello que, en los últimos años el emprendimiento se ha convertido en una asignatura significativa en la formación escolar. En general, las políticas globales enfatizan entre la población, con falsedad, que emprender es solo iniciar algún negocio, tener alguna idea para crear una empresa lucrativa o elaborar un plan de negocios y ponerla en operación. Todo ello reducido al ámbito de la empresa, el comercio y el negocio. Pero

emprender es algo mucho más que eso.

Si se revisa el diccionario de la Real Academia Española (2018, sp.), se encuentra que el término *emprender* proviene de dos raíces latinas, el prefijo *in* “en” que significa “hacia adentro” y el sufijo *prehendere* que significa “atrapado” prendido o tomado. Por tanto significa: “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. De esta forma, emprender está relacionado con la idea de empezar a hacer algo difícil o arduo que implica cierto riesgo.

Asimismo, este término está muy relacionado con el vocablo francés *entrepreneur* que fue utilizado desde el siglo XVI para describir a los aventureros que venían al nuevo mundo en búsqueda de oportunidades. También se consideraban emprendimientos las grandes expediciones militares de esa época<sup>(1)</sup>. En este sentido, bien se puede decir que uno de los primeros emprendedores de América fue Cristóbal Colón, quien se aventuró a iniciar

un gran viaje a lo que se creía era la India, en búsqueda de nuevos territorios y riquezas, aunque pareciera pretencioso.

Hoy en día, el término emprender significa crear o iniciar algo, implica la actitud y aptitud de toda persona o grupo que decide iniciar un nuevo proyecto, aprovechando ciertas oportunidades y poniendo en práctica las ideas que tiene. El emprendimiento no solo se refiere a los negocios y a las empresas, sino que se puede aplicar a todas las áreas del desarrollo personal y nacional. De esta forma, se puede hablar de emprendimiento social, cultural, académico y empresarial, entre otros.

Al respecto, en este escrito, se habla de uno de los más grandes emprendimientos del hombre que es muy importante para su vida y que como ya se ha dicho, implica esfuerzo, incertidumbre y riesgo, pero que también genera, en muchos de los casos, buenos resultados y grandes satisfacciones personales y sociales, como es el emprendimiento desde lo académico o universitario.

En este sentido el objetivo de la presente investigación consiste en identificar la cultura emprendedora de los jóvenes de la Universidad de Guadalajara, México, para promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores. Para lo cual se realizó un estudio comparativo, en el proceso de profesionalización de los estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económicas Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, México, entre los años 2016-2017.

El proceso metodológico se llevó a cabo a partir de una encuesta de tipo cuantitativa realizada al universo de los alumnos del ciclo 2016-2017 del referido CUCEA (17.594), tomando una muestra aleatoria simple, la operación dio como resultado un tamaño de 376 estudiantes, utilizando un 95% de confiabilidad. Adicionalmente, para la muestra se tomó en cuenta que los estudiantes tuvieran un nivel educativo de licenciatura, además del interés por el desarrollo social de su localidad y del país. No se consideró la clase social para realizar esta encuesta.

## **1. El concepto de emprendimiento, emprendedor y cultura emprendedora**

El individuo, solo o en grupo, siente que con la ejecución de un proyecto como emprendimiento, satisface alguna necesidad personal, que representa su sueño, anhelo, ilusión y que logra materializar, pues se convierte en proveedor de algún bien o servicio que satisface las necesidades de la sociedad, pero a su vez, obtiene beneficios derivados de la gestión de esa actividad, que son disfrutados plenamente por la familia (Gutiérrez, Romero, Díaz y Sulbarán, 2017). En este sentido, “el emprendimiento como disciplina estudia por lo regular el por qué, cuándo y cómo de la creación, reconocimiento y utilización de la oportunidad” (Szirmai, Naudé y Goedhuys, 2011, p.4).

El tema del emprendimiento según Formichella (2004), “ha sido tratado desde la Teoría Económica Clásica con Adam Smith bajo el término  $\square$ business management” (p.10), sin embargo dicha teoría no es totalmente afín con el fenómeno del emprendimiento puesto que se inicia desde la Economía, la cual optimiza lo que ya existe.

Por su parte, el concepto de emprendedor, en francés  $\square$ entrepreneur $\square$ , se introdujo en la literatura económica por primera vez por Richard Cantillon en el siglo XVIII, quien lo define como el individuo que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto (Castillo, 1999). La definición anterior conceptualizó al emprendedor desde una perspectiva capitalista por lo que una distinción es realizada posteriormente por el economista J. B. Say, que señaló que el emprendedor “es un líder que previene y toma riesgos, evaluando proyectos y su importancia no solo concierne a aspectos individuales sino también para toda la sociedad, pues moviliza recursos para lograr productividad” (Faltin, 1999, p.190).

En 1880, Alfred Marshall expone que los factores de producción son cuatro: Tierra, trabajo, capital y organización o factor coordinador; respecto a este último factor, “el

autor Mill -de origen británico- sostiene que es llevado a cabo con ciertas habilidades y destrezas no comunes a las cuales denomina "entrepreneurship" (Formichella, 2004, p.11).

De acuerdo a Faltin (1999), "la distinción entre "capitalista" y "entrepreneur" fue retomada por Joseph Schumpeter, quien señala que el emprendedor tiene una idea, funda un negocio y emplea trabajadores; el capitalista tiene dinero, compra una empresa para incrementar el capital invertido" (p.190). En la "Teoría de la Dinámica Económica", Schumpeter establece conceptualmente que el emprendedor es un innovador (Zsuzsanna y Herman, 2012); es decir, que de acuerdo a la tradición Schumpeteriana: si el individuo no es innovador tampoco es emprendedor (Szirmai et al., 2011); ellos crean trabajos a partir de la actividad innovadora y cambian así la economía del mundo (Krauss, 2011), por lo que en tal teoría se expresa, que poseen habilidades dinámicas que se diferencian de las capacidades ordinarias de los capitalistas o administradores (Tece, 2016).

Al respecto, los emprendedores de acuerdo a dicha teoría, llevan a cabo un mecanismo llamado "destrucción creativa" por medio de sus innovaciones, provocando un desequilibrio económico que a su vez permite la creación de otras innovaciones, y con ello se genera crecimiento y desarrollo (Drucker, 1985). Por lo tanto, este autor define al emprendedor como aquella persona que innova, y señala que ser emprendedor es una conducta que se puede aprender, y no se debe limitar a lo económico exclusivamente.

Por otro lado, el emprendimiento se caracteriza para ciertos autores, por asumir riesgos para aprovechar oportunidades, esperando con ello generar utilidades, incorporando aspectos sociales y personales de los individuos que requieren ciertas actitudes ante el contexto en el cual se desenvuelve (Acosta, Zárate y Ibarra, 2014). Sin embargo para otros, el emprendimiento se concibe como la combinación entre actitudes y capacidades para desarrollar nuevos proyectos de manera creativa, pero de cualquier índole, es decir que no necesariamente está relacionado con

lo lucrativo o beneficio económico (Sanabria-Rangel, Morales-Rubiano y Ortíz-Riaga, 2015). Desde este enfoque "un emprendedor podría ser cualquier colaborador en una empresa o un gerente" (Krauss, 2011, p.29), incluso un individuo en busca de resolver problemas de una sociedad (Santiago, 2014).

En consecuencia se podría hablar de una tipología de emprendimiento. En este sentido, se utilizan diferentes términos para clasificarlo, por ejemplo: El emprendimiento productivo, el improductivo, el tradicional o replicado, el innovador, el formal e informal, todos ellos definidos por diversos teóricos (Fuentelsaz y Montero, 2015). Por su parte Westlund (2010), asume la existencia de seis esferas o formas de emprendimiento: Emprendimiento económico, social, civil, político, académico y finalmente el emprendimiento innovador o lo opuesto al replicado; todas estas formas, indica, se encuentran interactuando y produciendo impactos de manera mutua.

Asimismo, existen tres acercamientos conceptuales que se distinguen en las teorías del emprendimiento: La primera, se enfoca en la función emprendedora; la segunda, en la formación de empresas; y la tercera, en la operación de las mismas. La perspectiva funcional se centra, por consiguiente, en los actores que toman decisiones sobre inversiones, producción, innovación, investigación y desarrollo; por lo cual, desde el ámbito psicológico, se habla del dinamismo, la creatividad y la originalidad del emprendedor (Szirmai et al., 2011). Asimismo, Henry, Hill y Leitch (2005), los distinguen como: a) educación sobre emprendimiento, b) educación para emprender, y c) educación en la empresa; la educación sobre emprendimiento abarca las habilidades, actitudes y valores que el emprendedor se supone debe poseer.

Como ya se ha comentado antes, la palabra emprendimiento deriva del término emprender, que puede ser definido como la acción de crear. Alguien que transforma una idea en un proyecto concreto aplicado, mismo que genera resultados benéficos para una persona o grupo social. Alguien que es capaz de acometer algo, de inventar, innovar, crear,

transformar, revolucionar o modificar el actual estado de las cosas para crear algo nuevo, distinto o diferente en calidad o en cantidad.

Así se tiene que: En el ámbito económico, un emprendedor es una persona que inicia su propio negocio, genera empleos y aporta valor, mismo que beneficia a la sociedad. Es decir, quien descubre o identifica una oportunidad o idea de negocio, poniéndola en operación con pasión, entusiasmo y determinación. En el ámbito social, es una persona que tiene una o varias ideas comunitarias y logra transformarlas en organizaciones, instituciones o movimientos en beneficio de un determinado grupo social. Es decir, alguien que aplica su talento y esfuerzo personal para generar un bien común. Finalmente, en el ámbito político, es el que hace que las cosas sucedan, convirtiendo un ideal o propuesta política en un programa, proyecto o política pública en beneficio de la sociedad. Esto es, quien logra que sus sueños y el de los demás puedan convertirse en realidad, transformando un problema o desafío en oportunidad.

En este sentido, sostienen Neck y Greene (2011): “El emprendimiento es calificado como un proceso complejo, caótico y que carece de linealidad para capturar la oportunidad correcta, en el tiempo correcto y con las razones correctas” (p.55); y por ello, de acuerdo a Acosta et al. (2014): “Requiere de una actitud que haga frente al contexto social, con el objetivo de analizar los múltiples factores que condicionan la decisión de llevar a cabo el proceso de emprendimiento” (p.139); esa actitud es parte de una cultura emprendedora.

Al respecto, el término “cultura emprendedora” se refiere al conjunto de creencias, valores, cualidades, conocimientos y competencias necesarias, que posee una persona o grupo social, para iniciar y gestionar un determinado proyecto concreto o su rumbo profesional. También puede ser definida como el conjunto de símbolos, actitudes, habilidades, significados, formas de comunicación y organización social, orientados a crear y desarrollar ideas que se transforman en proyectos relevantes que crean

valor y generan beneficios. En ese sentido, la cultura emprendedora implica tener iniciativa, vencer temores y llevar una idea a la realidad, materializándola a través de un esfuerzo creativo e innovador. De allí que la educación sobre emprendimiento se basa en enseñar todas las habilidades para la formación de esa cultura en los individuos.

Por su parte, el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés) indica que para el año 2020 el Top 10 de habilidades emprendedoras necesarias para enfrentar el contexto serán: Resolución de problemas complejos, pensamiento crítico, creatividad, gestión del capital humano, coordinación con otros, inteligencia emocional, toma de decisiones, orientación de servicio, negociación así como la flexibilidad cognitiva (Weicht, 2018).

Finalmente, Hernández, González y Herrera (2016) señalan que: “En todos los marcos conceptuales, un supuesto básico que no ha cambiado, es que la actividad emprendedora es el resultado combinado de percibir una oportunidad de negocio, la capacidad (motivación y habilidad) para actuar y las condiciones del entorno” (p.18).

## 1.1. Implicaciones del emprendimiento

Emprender es una actividad racional, propia del *homo sapiens* que lo identifica y lo diferencia de otras especies. Supone, una acción que se acompaña en el camino de diferentes emociones y que además es producto del instinto del ser humano. Es decir, instinto, razón y emoción se ponen en juego en el proceso de emprendimiento.

En ese sentido, implica iniciar o comenzar algo nuevo en la vida de un individuo, desde muy temprana edad. Admite tener una idea nueva y ponerla en operación en los diferentes aspectos de su vida. También conlleva invertir recursos, ya sea dinero, tiempo o esfuerzo. Además, emprender significa tener una visión a futuro, el saber sembrar para, en un futuro, poder cosechar. Asimismo, lleva consigo un cálculo

y un análisis: Un cálculo, sobre beneficios así como riesgos de emprender; y un análisis, sobre circunstancias y contextos que rodean la decisión, que favorecen o desfavorecen el proyecto de emprendimiento.

Todo emprendimiento a su vez supone cierta incertidumbre, puesto que no hay garantía de buenos resultados. En este sentido, implica un riesgo. Además, comprende toma de decisiones, y una adecuada administración del tiempo, así como la existencia de problemas, dificultades y diversos esfuerzos para superarlos. De igual forma, implica detectar ciertas oportunidades y lograr ventajas competitivas puesto que, generalmente, un emprendedor busca crear valor y trata de ser mejor que la competencia. Finalmente, emprender también supone la posibilidad de fracasar, de encontrar problemas en el camino y no poder superarlos.

## 2. La carrera profesional como emprendimiento

Cuando un estudiante decide iniciar una carrera profesional, ha iniciado el mejor emprendimiento que se puede realizar en la nueva sociedad de la información y el conocimiento. Por cuanto, implica tomar una decisión que impactará el resto de la vida. Porque ser médico, abogado, ingeniero o administrador de empresas, supone una vocación y un esfuerzo especial para adquirir los conocimientos, las habilidades, las destrezas y las competencias necesarias para desarrollar la profesión exitosamente.

De igual forma, se involucra a la razón, al instinto y a la emoción de cada persona en esta trascendental decisión de iniciar y concluir una carrera profesional, que durará algunos años (4 o 5 en promedio) y supondrá un esfuerzo adicional por parte del estudiante.

Una carrera profesional supone una inversión de tiempo para asistir a clases, realizar tareas, elaborar proyectos e investigaciones, presentar exámenes y poder titularse, aunado a los requisitos de prestar el

servicio social obligatorio y realizar prácticas profesionales, que son necesarias en varias instituciones para poder graduarse. También conlleva realizar ciertos gastos económicos para cancelar desde las aportaciones y cuotas a la institución educativa, hasta pago de traslados, libros, cuadernos, computadora y materiales de estudio, así como trabajos diversos. Es decir, implica una inversión de recursos económicos para cubrir los gastos de los estudios y del proceso de titulación.

De igual manera, comprende un gasto de energías y un esfuerzo importante para estudiar, concentrarse, resolver problemas, realizar investigación, memorizar, crear proyectos y leer mucho, entre otras cosas, así como cierta incertidumbre de no concluir los estudios, o reprobar, o no poder salir adelante con las diferentes asignaciones, trabajos y pagos, en general, supone que puede haber un fracaso, mismo que puede manifestarse en forma de reprobación, abandono o deserción escolar.

Asimismo, la carrera profesional para las personas que deciden realizar tal actividad educativa, implica un cálculo en el que se apuesta con la idea de formarse académicamente y tener un mejor futuro. En este sentido, la carrera se convierte en una inversión personal, familiar y social muy importante, cuyo objetivo central es lograr un alto retorno de la inversión, debido a que las personas estudian con el objetivo de prosperar y tener un mejor porvenir.

De acuerdo con Westlund (2010), el emprendimiento académico conlleva el descubrimiento, la evaluación y explotación de oportunidades que pueden traducirse en negocios, patentes, capital social y colaboraciones con la industria o con el sector público. Es decir, estudiar una carrera profesional es la mejor empresa que una persona puede emprender y la mejor inversión que como sociedad se pueda hacer. De esta forma, realizar algún estudio profesional es el mejor ejemplo de emprendimiento que pueda desarrollar el ser humano.

### **3. De emprendedor académico a empresario**

Hasta este momento se ha revisado las características distintivas del emprendimiento en su relación con la formación académica de las personas. Se ha dicho que la carrera profesional, incluyendo los estudios de postgrado, doctorado, entre otros. Se constituyen en uno de los emprendimientos más importantes que realiza el ser humano. Se ha agregado que emprender implica realizar una inversión, un esfuerzo especial durante un largo tiempo, tener determinación, correr el riesgo y esperar generar ciertos beneficios futuros, puesto que aunque se fracase, el aprendizaje obtenido en ese esfuerzo, ya implica un crecimiento como persona.

Ahora bien, lo que se requiere es impulsar el tránsito en el tipo de emprendimiento, de ser un emprendedor académico a un empresario, con el fin que el profesionista no egrese de la Universidad con la idea de buscar un empleo, sino de ser un empleador. Es decir, se hace necesario conocer los requerimientos mínimos y el proceso para lograr tal transformación, entre los que se pueden citar:

En primer lugar, se requiere voluntad, valor, decisión, pasión y metas claras. Voluntad, para realizar un nuevo inicio; valor, para atreverse, así como tener la valentía de emprender una nueva aventura en la vida; decisión, de abandonar la zona de confort y emprender un nuevo viaje; pasión, por hacer lo que se emprende con entusiasmo y emoción; y finalmente, tener metas claras sobre lo que se requiere hacer y cómo se debe hacer.

En segundo lugar, se requiere tener o crear una idea del emprendimiento que se va a iniciar y contar con un plan de negocios. Para ello, se recomienda realizar un diagnóstico o investigación sobre el mercado objetivo, la oportunidad de negocios y un análisis de la competencia; asimismo definir objetivos y estrategias, incluyendo la propuesta de valor, definir el punto de equilibrio, el estudio de mercado y de rentabilidad, así como definir la misión y la visión del negocio.

En tercer lugar, es importante contar

con algún capital semilla o financiamiento para el inicio y desarrollo del negocio en su primera etapa. También contar con los recursos humanos y tecnológicos, así como con la infraestructura y el equipo necesario para poder operar.

En cuarto lugar, es necesario contar con los permisos y las licencias correspondientes y hacer todos los trámites legales requeridos para llevar a cabo el negocio de manera funcional, incluyendo, si es necesario, el registro de la marca del negocio y los derechos respectivos de propiedad industrial.

En quinto lugar, se requiere dedicación, esfuerzo y contar siempre con una mística de éxito. Si hay problemas, resolverlos de inmediato y si hay "caídas o descabros", es importante persistir en el esfuerzo o cambiar de rumbo o estrategia del emprendimiento hasta lograr el objetivo buscado.

En suma, el proceso de formación de un empresario parte de la idea de negocio, seguido del análisis de oportunidades y del estudio del mercado y de la competencia. Después, se requiere ejecutarla de manera creativa y saber vender la idea, colocándola en operación. Finalmente, se pasa a la etapa de crecimiento y consolidación del negocio.

#### **3.1. Pérdida del espíritu emprendedor**

Si los profesionistas son emprendedores por naturaleza, ¿por qué muchos pierden este espíritu emprendedor al salir o egresar de la universidad? ¿Por qué muchos buscan un empleo o no inician con un negocio al egresar de la institución? ¿Qué hace la institución escolar para "castrar" el espíritu emprendedor de sus estudiantes? A continuación, se presentan algunas respuestas a estas interrogantes formuladas a manera de hipótesis.

**H1.** La escuela no prepara suficientemente ni motiva al alumno para el emprendimiento: De hecho, la misión de la universidad generalmente es formar profesionistas, no necesariamente empresarios. Al egresar, muchos de los profesionistas buscan una ubicación en el mercado laboral



como empleados y pocos realmente optan por la creación de algún negocio.

**H2.** La escuela genera una zona de confort, acostumbrando al alumno a lo seguro y no lo prepara para saber enfrentar con éxito la incertidumbre y el riesgo: De esta forma, el egresado prefiere la seguridad del salario, aunque sea poco, que la incertidumbre de la inversión.

**H3.** Al egresar el alumno no tiene los recursos económicos suficientes para iniciar un negocio y también desconoce las alternativas de financiamiento existentes, por lo que considera que su única opción es la búsqueda de un empleo que le permita sobrevivir. Además, el costo económico para el emprendimiento formal generalmente es alto, tanto las tasas impositivas y fiscales existentes, así como el pago de salarios y prestaciones de empleados, la infraestructura, el equipo y el mobiliario que se requiere para iniciar un negocio, resultan sumamente gravosas para un recién egresado de la universidad. De esta forma, sin recursos para invertir y sin opciones de financiamiento o con limitantes para ser beneficiario de algún crédito, el egresado mejor opta por buscar trabajo.

**H4.** El ecosistema emprendedor es inexistente o muy endeble, por lo que el egresado no ve opciones reales en el emprendimiento y, por lo tanto, prefiere la búsqueda del empleo, que el enfrentarse solo al “vendaval del emprendimiento”.

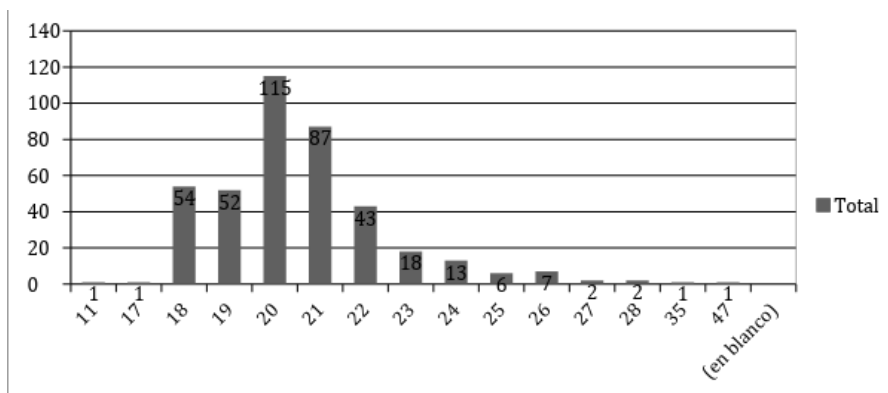
**H5.** Muchos de los egresados tampoco cuentan con la experiencia y el apoyo de su

familia para iniciar un emprendimiento, puesto que también han sido empleados y desconocen el mundo de la creación y desarrollo de los negocios.

Finalmente, si no hay una escuela que prepare y motive a los alumnos para el emprendimiento, ni tampoco existe una experiencia familiar en esta materia, que le sirva de apoyo económico y sustento experiencial al emprendedor, ni existe un ecosistema emprendedor que facilite el tránsito de la escuela a la empresa, entonces el resultado que se puede esperar es muy pobre en materia de emprendimiento.

#### **4. Diagnóstico de la cultura emprendedora en las Universidades Públicas**

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los jóvenes del CUCEA, tal como se muestra en el Gráfico I, la mayor frecuencia de participación en esta se observa en los estudiantes de edades comprendidas entre los 18 a 22 años con un 87% del total, destacando la participación de aquellos que tienen 20 años con un 38% de los encuestados totales. Por tanto, se podría inferir que en su mayoría, considerando la edad, estos jóvenes mostrarían algunos de los elementos o requerimientos para llevar a cabo la actividad emprendedora como son: Voluntad, valor, decisión, pasión, entre otros.



Fuente: Elaboración propia, 2019.

**Gráfico I. Participación de jóvenes en la encuesta por edad**

Este resultado concuerda con el hecho que a pesar de que el emprendimiento se puede dar en diferentes etapas de la vida, la encuesta muestra un consenso con un 56,2% que la edad apropiada para emprender está en los adultos y jóvenes entre los 18 a 35 años; mientras, el 40% afirma que la edad no importa.

En lo que respecta al nivel educativo, la mayor participación la obtuvieron los jóvenes que estudian licenciaturas (Administración, Contaduría, Mercadotecnia, Negocios Internacionales, entre otras) referentes al ámbito económico-administrativo, con una participación del 92% en la encuesta, y el 8% restante fueron estudiantes que se encuentran cursando carreras de otros ámbitos. Al respecto se tiene que generalmente las carreras más a fines para desarrollar emprendimientos, son las relacionadas con aspectos económicos

y administrativos, por cuanto como ya se dijo anteriormente, presentan mayor ventaja en cuanto a los requerimientos y saberes sobre negocios.

De igual manera se consideró importante indagar acerca de la motivación de estos jóvenes para emprender una carrera profesional, encontrando que como se puede apreciar en el Gráfico II, el 61,1% de los encuestados respondió que es importante estudiar para estar preparado y enfrentar las demandas del mercado laboral; un 23,3% comentó que les motiva estudiar para poder crear un negocio propio; en tanto que el 12,9% asentó que estudian con la finalidad de conseguir un buen trabajo y el porcentaje restante se siente motivado a estudiar para salir del país con alguna preparación.

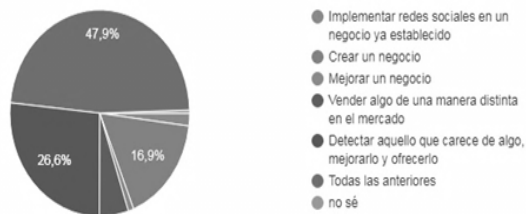


**Fuente:** Elaboración propia, 2019.  
**Gráfico II. Motivación hacia el estudio**

A pesar que se ha implementado una cultura del emprendimiento en el CUCEA, aún el pensamiento y motivación de la mayoría de los jóvenes está relacionado con emprender una carrera profesional, con la finalidad de conseguir un buen empleo, por lo cual se debe crear un modelo dentro de los planes educativos, que incremente el número de estudiantes con el pensamiento hacia emprender negocios y no solo alentarles con eventos.

Por otro lado, con respecto a la idea del emprendimiento, ya definida anteriormente por varios autores, en el ámbito estudiantil o académico, es un concepto que tiene varias

referencias, como se puede apreciar en el Gráfico III, entre las que destacan: El 47,9% de los estudiantes cree que emprender es implementar el uso de las tecnologías de la información en un negocio; en contraste, un 26,6% cree que emprender es detectar aquello que carece de algo, mejorarlo y ofrecerlo al mercado y al final solo un 16,9% cree que el emprendimiento es crear un negocio. En ese sentido, son pocos los que corroborando la tesis de Gutiérrez et al. (2017), consideran que el emprendimiento consiste en materializar un sueño, anhelo, o ilusión, asumiendo riesgos para aprovechar oportunidades, esperando con ello generar utilidades.



**Fuente:** Elaboración propia, 2019.  
**Gráfico III. Definición de emprendimiento**

Aun cuando de acuerdo a los resultados de la encuesta, la mayoría de los jóvenes universitarios entrevistados les gustaría emprender y consideran que es muy importante realizarlo, existen diversos factores que dificultan esta actividad. Al respecto, algunos estudiantes respondieron que no emprenden por falta de dinero, mientras que otros piensan que se debe a la falta de preparación, asimismo algunos consideraron que dicha actividad no se realiza por miedo a la críticas, o porque se piensa que la idea no es buena, por el miedo al

robo de ideas, o sencillamente el ambiente no es motivante.

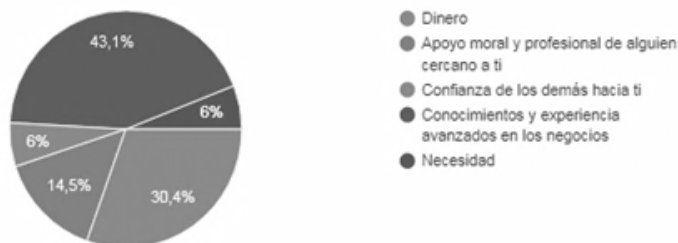
En este sentido, tal como se muestra en el Gráfico IV, los estudiantes opinaron con un 29,2% que el mayor obstáculo para emprender es el miedo a fracasar, seguido del dinero con un 28,4%; la falta de apoyo y de asesoría profesional figura dentro de estos obstáculos con también un 28,4%, y el restante consideró la pereza así como la falta de tiempo. Con ello se demuestran algunas de las implicaciones de desarrollar la actividad de emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia, 2019.  
**Gráfico IV. Obstáculos para el emprendimiento**

Por otro lado, se encontró que el 75,9% de los encuestados ha creado o llevado a cabo algún negocio en los últimos dos años, lo cual demuestra un índice elevado, cabe destacar que se consultaron los estudiantes desde semestres iniciales (2016) y hasta finales de 2017, cuando ya tenían dos años en el CUCEA, por lo cual se indagó acerca de los factores que influyen en el proceso de emprendimiento, que tal como se puede apreciar en el Gráfico V son

variados, sin embargo el que tiene un impacto mayor está relacionado con los conocimientos y experiencia avanzada en los negocios, representando un 43,1%, seguido por el apoyo económico con un 30,4%, asimismo el apoyo moral y profesional de las personas que les rodea, tiene impacto de algún modo con un 14,5% y finalmente, se encuentran la confianza hacia el emprendedor y la necesidad de obtener ingresos, con un 6% respectivamente.

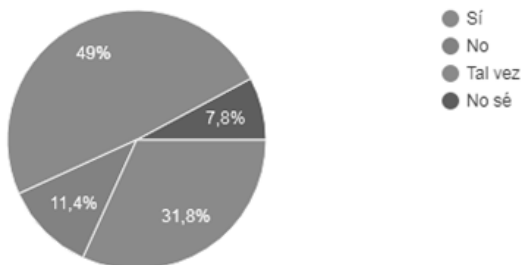


Fuente: Elaboración propia, 2019.

**Gráfico V. Factores influyentes en el proceso de emprendimiento**

Se posee un pensamiento generalizado acerca del emprendimiento que muestra que solo con ideas nuevas se puede emprender, sin embargo, la encuesta refleja que el 39,8% de los estudiantes piensa que la innovación es mejor manera para emprender, seguido de patrocinadores con un 20,4%, lo cual vuelve a enfatizar en la idea que, a pesar de tener una buena propuesta, el apoyo económico es un factor importante en el desarrollo de una cultura emprendedora.

Por otra parte, se indagó acerca de si teniendo un trabajo, estarían dispuestos a renunciar a este para comenzar un proyecto de negocio, a lo cual los encuestados respondieron en un 49% con afirmación, es decir que renunciarían a su trabajo actual por iniciar un emprendimiento, y un 31,8% en duda de aceptar ese riesgo, manifestando que tal vez dejarían su trabajo por emprender un nuevo negocio, lo que en su mayoría demuestra una respuesta favorable en pro de una cultura emprendedora (ver Gráfico VI).



Fuente: Elaboración propia, 2019.

**Gráfico VI. Dejar trabajo actual por emprendimiento**

De la misma forma, a un 79,9% de los estudiantes encuestados les gustaría comenzar sus proyectos de emprendimiento en la localidad donde viven, lo que demuestra un alto sentido de pertenencia a la comunidad; en contraste a lo anterior, al 11,4% le gustaría emprender en otro país y a un 8,7% le gustaría emprender sus ideas en otro estado diferente al que residen.

Asimismo, de acuerdo a la cultura mexicana, el apoyo con amigos, familia o personas que comparten ideas similares, es un factor que determina la actitud que la persona tomaría ante la idea de emprendimiento, es por esto que a un 43,9% de los encuestados le gustaría formar un equipo de trabajo con personas que sean de beneficio para

el proyecto; un 29,5% con individuos que compartan la idea y un 18,6% les gustaría emprender los proyectos de manera individual.

En ese mismo orden, emprender una idea necesita de tiempo, dedicación, y apoyo para poder hacerla realidad. No todas las instituciones ofrecen apoyos para lograr este objetivo y la encuesta reveló que el 49,9% de los estudiantes cree que el mejor medio para brindar apoyo a los emprendedores es a través de las redes sociales, puesto que es fácil su acceso y cualquier persona puede utilizarlas; mientras que el 39% afirma que las instituciones educativas son el mejor medio para brindar el apoyo y un porcentaje menor cree que puede darse por medio del periódico, la radio, o la televisión (ver Gráfico VII).



Fuente: Elaboración propia, 2019.

### Gráfico VII. Medio para brindar apoyo a las personas con espíritu emprendedor

Con respecto a las fuentes de financiamiento, considerada como pilar fundamental para el emprendimiento, el 33,1% de los jóvenes afirmaron que emprenderían sus proyectos con los ahorros propios, un 16,4% buscarían apoyo del gobierno, el 15,7 en incubadoras y el 14,2% se financiaría a través de un banco. Específicamente en cuanto al apoyo del gobierno se obtuvo como resultado que una porción considerable de estudiantes (45,4%) piensa que el gobierno brinda el

apoyo necesario para comenzar los proyectos de emprendimiento.

Siguiendo con el punto del gobierno, existe un 38,6% de los jóvenes entrevistados que piensa que el gobierno transmite apoyo, seguimiento y confianza en los proyectos de las incubadoras, un 18,2% afirma que el gobierno ofrece la posición de innovación y creatividad frente a los proyectos, en tanto que un 17,7% de los estudiantes observa confusión en cuanto a la postura del gobierno

al tema del emprendimiento y un 14.9% siente inseguridad, incertidumbre y desconfianza.

Por otro lado, en relación a la actividad de emprendimiento a partir de las instituciones educativas, los estudiantes creen que es una buena alternativa que egresando de la universidad se puedan emprender proyectos, con un porcentaje del 91,6%, aunque este porcentaje baja al preguntar directamente si al salir de la universidad emprenderían un negocio, obteniendo una respuesta neutra con un 41% y un 27,6% que es probable que lo hagan. Esto viene ligado al pensamiento que el emprendimiento es la opción más viable para el desarrollo, el cual los estudiantes afirmaron con un 79,6%.

Finalmente, los jóvenes ven un nivel medio-bajo de cultura de emprendimiento dentro de su ambiente escolar con un 81,1%, lo que da a pensar que a pesar de que vean como una buena alternativa emprender negocios propios saliendo de la carrera, el ambiente no favorece a esta idea. Los jóvenes necesitan conocer historias de éxito de los propios alumnos de la universidad para motivarse y esto lo afirma el 61,3% de los estudiantes, debido a que creen que esa es la mejor manera para evaluar el esfuerzo de las universidades en relación al tema de emprendimiento, seguido por las herramientas de diagnóstico para conocer el nivel de emprendimiento con un 33,4%.

## Conclusiones

El ser humano es un emprendedor por naturaleza, puesto que gracias a su capacidad emprendedora ha podido construir grandes obras y ha alcanzado materializar muchos de sus sueños. Dentro de uno de los más grandes emprendimientos del ser humano, se encuentra el desarrollo de la institución escolar y universitaria encargada de la formación y capacitación profesional. En este sentido, quien decide estudiar una carrera profesional es ya un emprendedor que dedica una serie de

esfuerzos, recursos y tiempo para formarse y así poder adquirir una serie de conocimientos, así como desarrollar habilidades y competencias, que seguramente le ayudarán a enfrentar la vida de manera más exitosa.

Sin embargo, también es importante generar un adecuado tránsito del emprendimiento académico al emprendimiento de negocios, superando los diferentes obstáculos que se presentan y enfrentando tanto los retos, como desafíos presentes en el camino. En este sentido, la institución escolar tiene el reto de fomentar la cultura del emprendimiento de negocios en todos sus niveles educativos y campos profesionales, además de participar activamente en la creación y fortalecimiento de un ecosistema emprendedor que facilite el tránsito, en su calidad de emprendedores, de los egresados profesionalmente a la empresa.

Al respecto, las instituciones académicas y en especial los centros universitarios así como las universidades como tal, deben considerar proponer estrategias curriculares y formativas, para de algún modo promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores y ayudarles en los requerimientos para lograrlo, reconociendo que el emprendimiento es la opción más viable para el desarrollo de un país, región o comunidad.

En suma, si existe una adecuada instrucción académica para el emprendimiento, así como una experiencia familiar emprendedora, que sirva de referencia y apoyo a los egresados, y además se cuenta con un ecosistema emprendedor, todo ello conlleva a que las posibilidades de transitar de lo académico a lo empresarial, en calidad de emprendedor, aumenten considerablemente. De igual forma, en el campo del emprendimiento también es importante no solo contar con buenas ideas, formación y conocimientos para emprender, sino, también se requiere tener el valor y la visión necesaria para iniciar un negocio y luchar incansablemente para su desarrollo y

consolidación.

## Notas

- <sup>1</sup> Véase para ampliar la etimología del emprendedor en <http://emprendedor10.blogspot.mx/2009/04/etimologia-emprendedor.html>

## Referencias bibliográficas

- Acosta, J., Zárate, R., y Ibarra, A. (2014). Caracterización del emprendedor latinoamericano, a partir del modelo Global Entrepreneurship Monitor. *Económicas CUC*, 35(1), 135-155.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile: First Public Inc. Recuperado de <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf>
- Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Barcelona: Edhasa.
- Faltin, G. (1999). Competencies for innovative entrepreneurship. En M. Singh, *Adult Learning and the future of work* (pp. 189-197). Hamburg: UNESCO Institute for Education.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Fuentelsaz, L., y Montero, J. (2015). ¿What makes some entrepreneurs more innovative? *Universia Business Review*, (47), 14-31.
- Gutiérrez, J. M., Romero, J., Díaz, M. G., y Sulbarán, N. (2017). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIII(4), 98-107.
- Henry, C., Hill, F., y Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: Can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training*, 47(2), 98-111.
- Hernández, K. E., González, L. A., y Herrera, M. (2016). *Reporte Regional 2015 México*. México: Tecnológico de Monterrey.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*, 9(1), 28-40.
- Neck, H., y Greene, P. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Real Academia Española (2018). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>
- Sanabria-Rangel, P. E., Morales-Rubiano, M. E., y Ortíz-Riaga, C. (2015). Interacción Universidad y entorno: Marco para el emprendimiento. *Educacion y Educadores*, 18(1), 111-134.
- Santiago, C. (2014). Educación: El motor del emprendimiento social. *Educación y Cultura AZ*, (78), 1-14.
- Suárez, M., Suárez, L., y Zambrano, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIII(4), 23-32.
- Szirmai, A., Naudé, W., y Goedhuys, M. (2011). *Entrepreneurship, innovation, and economic development*. Oxford: Oxford University.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities



- and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 86, 202-216.
- Weicht, R. (2018). *Education systems can stifle creative thought. Here's how to do things differently*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum.
- Westlund, H. (2010). Multidimensional entrepreneurship: Theoretical considerations and Swedish empirics. *50th Congress of the European Regional Science Association: "Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy"*, (pp. 19-23). Jönköping, Sweden.
- Zsuzsanna, S. K., & Herman, E. (2012). Innovative entrepreneurship for economic development in EU. *Procedia. Economics and Finance*, 3, 268-275.